

# **PRACA W WYDAWNICTWIE- STANDARDY, SPECYFIKA I WYZWANIA WSPÓLCZESNOŚCI PROGRAM STUDIÓW**

## **Funkcjonowanie wydawnictw naukowych**

Wydawnictwo naukowe – choć oczywiście procedury jego funkcjonowania są analogiczne jak w każdym innym wydawnictwie – jest na naszym kursie osobnym zagadnieniem nie bez przyczyny. Redaktor, jak i każdy podwykonawca biorący udział w procesie wydania książki naukowej, musi się liczyć z utrudnieniami, których nie zazna w wydawnictwie sprzedającym choćby kryminały czy książki dziecięce.

Składający ofertę wydania tomu badacz ma już często wyobrażenie o całości, nierzadko książka jest w 95% gotowa (przynajmniej w opinii jej autora) i posiada wstępne recenzje, uzyskane od uznanych specjalistów. Redakcja musi ten fakt uszanować i rozeznąć się w sytuacji na własną rękę, poczynając od zamówienia kolejnej recenzji od fachowca, specjalizującego się w temacie obranym przez autora proponowanej do wydania książki. Na tym oczywiście proces się nie kończy, przygotowanie do wydania książki naukowej to w dalszym ciągu zadanie na długie miesiące – potrzebni są właściwie dobrani korektorzy i redakcja językowa (potrafiąca uszanować czasem osobliwy styl narracji czy rozumiejąca problematykę transkrypcji i transliteracji, zwłaszcza w pracach historycznych, filologicznych i edytorskich). Należy pamiętać, że wydana praca będzie miała swoich kolejnych recenzentów, publikujących w periodykach naukowych i nader skrupulatnie punktujących błędy i niedopatrzenia.

Warto więc mieć w tym dokładne rozeznanie i pamiętać, że sukces autora to też sukces wydawnictwa i całego sztabu ludzi opiekujących się jego przyszłą książką.

## **Funkcjonowanie współczesnych wydawnictw popularnych**

Jakkolwiek określenie „wydawnictwo popularne” może być nieprecyzyjne, nazywa dość dokładnie projektowanego odbiorcę – jest to po prostu szeroko pojęty konsument dóbr kultury. Praca zespołu specjalizującego się w wydawaniu i sprzedaży beletrystyki, literatury non-fiction, poradników, książek dziecięcych i obrazkowych itp. siłą rzeczy wygląda inaczej niż w przypadku wydawnictw naukowych: opiera się w dużej mierze na promocji i marketingu, śledzi obecne trendy i gusta czytelnicze, uczestniczy w promocji kultury. Jest też bardziej „medialna” od wydawnictwa naukowego.

Zaistnienie na rynku książki popularnej to całe spektrum zjawisk, które musi opanować zarówno autor beletrystyki (z którym współpracuje się zupełnie inaczej niż z twórcą treści naukowych), jak i jego wydawca.

### **Warsztat redaktora**

Redaktor prowadzący książki bądź całej serii jest opiekunem „dzieła w toku”, najważniejszym współpracownikiem autora, osobą zarządzającą planem pracy poszczególnych pracowników i odpowiedzialną za ostateczny wygląd książki oraz profesjonalizm jej opracowania. Podczas tych zajęć, po omówieniu zagadnień związanych z organizacyjną pracą redaktora w wydawnictwie, zajmiemy się przede wszystkim praktyczną częścią pracy redaktorskiej – uczestnicy poznają zakres pracy redakcyjnej (redakcja merytoryczna, redakcja językowa, redakcja techniczna itp.) oraz będą pracować nad fragmentami tekstów, by rozwijać swoje umiejętności i uczyć się dostrzegać rozliczne pułapki czyhające na redaktora.

### **Poprawność językowa (sztuka korekty)**

W trakcie zajęć uczestnicy poznają „tradycyjne” metody korekty (z wykorzystaniem m.in. znaków korektorskich), jak i komputerowe (omówione zostaną również nowoczesne programy AI do poprawiania błędów w tekście oraz ich mankamenty). Zajęcia poświęcone będą przede wszystkim doskonaleniu umiejętności praktycznych – warsztat polegał będzie na regularnej pracy z tekstem, rozwijaniu kompetencji językowych i analizowaniu różnego rodzaju błędów, którymi powinien zająć się korektor. Bo choć bardzo często wydaje się, że korektor poprawia tylko błędy ortograficzne i literówki, zakres pracy korektora jest znacznie szerszy i obejmuje więcej zagadnień.

### **Przegląd polskiego rynku książki oraz tendencje światowe**

Zajęcia pomyślane jako swoisty instruktaż po świecie książek i czytelników. Odpowiemy na pytania o to, co się współcześnie podoba, jakie gatunki i serie wydawnicze mają swoich wiernych odbiorców, a także – dlaczego tak się dzieje, że niektóre książki (ale i wydawnictwa, serie, bohaterowie czy fabuły) odżywają po latach, inne zaś przepadają w morzu literatury słabej i niechętnie czytowanej. Innymi słowy – na co wydawca i redaktor muszą zwracać baczną uwagę, żeby przyciągnąć do siebie jak najwięcej odbiorców.

### **Książka ilustrowana i dziecięca**

Książka dziecięca i młodzieżowa to współcześnie często treści zapisane i zobrazowane w szczególny, nierzadko wybitnie artystyczny sposób. Warto też pamiętać, że zarówno dziecko, osoba dorastająca, jak i książki do niego adresowane są już dziś osobnym przedmiotem badań. Na polskich uniwersytetach funkcjonują katedry specjalizujące się omawianiu tego obszaru kultury, a biblioteki szczególnie hołubią młodego odbiorcę, organizując liczne wydarzenia kulturalne skierowane tylko do dzieci. W Bibliotece Głównej Województwa Mazowieckiego rozwija się od kilku lat Muzeum Książki Dziecięcej – jednostka typowo naukowa i niejako osobna biblioteka w bibliotece. Z kolei Biblioteka Narodowa w Warszawie przyjmuje, że katalogowaniem książek dziecięcych i młodzieżowych musi się zajmować specjalista od tych zagadnień, obowiązują tu bowiem oddzielne przepisy wymagające kompetencji i regularnej pracy odpowiedniego bibliotekarza dziedzinowego. Co za tym idzie – proces powstawania książki dziecięcej, jak i cały jej rynek, to osobny problem na naszym kursie.

### **Przygotowanie książki do druku i skład**

Skład DTP to kompleksowe przygotowanie publikacji do druku, najczęściej z wykorzystaniem takich programów jak Photoshop, Illustrator oraz InDesign. Choć do pracy składacza przygotowują specjalistyczne kursy, osoba zainteresowana rynkiem wydawniczym lub pracą w zawodzie powinna znać podstawowe pojęcia związane ze składem, programy stosowane do składania książki i poznać realia współpracy między redakcją a składaczem. Oprócz zagadnień tradycyjnego składu w ramach zajęć zostaną omówione różnice w przygotowaniu książki elektronicznej (ebook).

### **Książka w mediach społecznościowych**

Jednym z głównych (jeśli nie najważniejszym) kanałem promocji literatury są współcześnie media społecznościowe. I choć praca specjalisty od promocji to całe odrębne zagadnienie, każdemu zainteresowanemu literaturą albo pracą w wydawnictwie przyda się przegląd trendów dominujących w książkowym świecie mediów społecznościowych. Jak promować literaturę na Facebooku, Instagramie czy TikToku? Jak budować społeczność wokół książek i nawiązywać relację z czytelnikami? Jak pisać o książkach tak, by inni chcieli je przeczytać? Mimo że Bookstagram i BookTok to studnie bez dna, postaramy się choć odrobinę w nich zagłębić, by poznać najważniejsze trendy i mechanizmy.

### **Programy graficzne**

Duże wydawnictwa posiadają na ogół grafika lub zespół grafików, który zajmuje się projektowaniem okładek czy grafik promocyjnych. Redaktor w wydawnictwie odpowiada jednak za całokształt przygotowywanej do wydania książki, dlatego podstawy wiedzy graficznej również są konieczne. Na tych zajęciach przyjrzymy się najważniejszym programom graficznym używanym w wydawnictwach, podstawowym zagadnieniom związanym z projektowaniem okładek, a także omówimy tematy najbardziej współczesne i rodzące wiele pytań – czy sztuczna inteligencja stanie się w którymś momencie stale obecna w pracy wydawniczej?

### **Zarządzanie i marketing wydawniczy**

Jak dobrze reklamować wydawnictwo? Jak zorganizować promocję książki/serii/autora? Jak przygotować kampanię wydawniczą, zarządzać finansami i umowami z autorem? Wszystkie te zagadnienia są częścią działalności zarządczo-marketingowej wydawnictwa i wymagają stosownych kompetencji, gdyż – nie ma powodu tego ukrywać – książki są też towarem na rynku i muszą się sprzedawać. Warto o to zadbać, gdyż autorzy jak najbardziej poszukują informacji o renomie wydawcy i na tej podstawie decydują się na współpracę.

### **Publikowanie w sieci w otwartym dostępie**

Poza klasycznym nośnikiem treści, jakim jest książka, a także – współcześnie – książką elektroniczną do wyświetlania za pomocą rozmaitych czytników, istnieje też zjawisko publikowania w otwartym dostępie (Open Access), obwarowane rozlicznymi przepisami i wymagające dodatkowej wiedzy. Zajęcia mają za zadanie przygotować do pracy także w tym obszarze, gdyż otwarty dostęp (i w ogóle – publikowanie w sieci) będzie faktem coraz powszechniejszym.

### **Relacje pisarz-wydawca**

Zagadnienie to jest tak naprawdę obecne przy większości tematów, przewidzianych w ramach studiów „Praca w wydawnictwie”. Jednak na tych zajęciach podejmiemy do sprawy bardziej psychologicznie, pamiętając o tym, że autor (powieści, dramatu, książki obrazkowej, eseistyki czy badań naukowych) to zawsze jakaś osobowość, zaś wydawca – poza potrzebami ideowymi – musi swój produkt po prostu sprzedać. Autor może mieć cele prywatne, które skłoniły go do napisania książki (niekoniecznie też jest zawsze specjalistą od języka), może być osobą introwertyczną, która najchętniej po przekazaniu pracy wydawcy w ogóle nie chce mieć

nic wspólnego z procesem wydawniczym. W innych przypadkach autorzy są ludźmi renesansu, pragnącymi mieć wgląd w każdy ruch wydawnictwa albo wręcz mającymi potrzebę nadzorowania działań, co potrafi utrudniać współpracę. Należy czasem umieć podejść do sprawy delikatnie i z wyczuciem, w innych przypadkach – stanowczo i grzecznie. W ten sposób także pracuje się na status wydawnictwa, kształtuje opinie o nim i zachęca innych potencjalnych autorów do współpracy.

### **Kultura języka polskiego**

Kurs obejmuje zasadniczo zespół zagadnień typowych dla studiów polonistycznych, zwłaszcza na pierwszym roku. Jest jednak kierowany do przyszłych praktyków, toteż zminimalizowano tematy związane z językoznawstwem diachronicznym, historią języka i procesami, które doprowadziły do obecnego jego kształtu. Skupimy się więc na zagadnieniach ułatwiających sprawną pracę z tekstem, poprawianiem go wedle przyjętych reguł itp. Podczas zajęć w sposób łatwy do opanowania przedstawione zostaną problemy uzusu i normy językowej, zaprezentujemy różnorodne słowniki i podręczniki, które warto mieć pod ręką podczas pracy nad redakcją i korektą (a także platformy internetowe, na których zainteresowani polszczyzną mogą uzyskać odpowiedź od profesjonalistów badających język). Nauczymy się omijania pułapek językowych, unikania tzw. „wyrazów modnych”, stosowania spójników skorelowanych i właściwych związków frazeologicznych, które nader często trzeba poprawiać, by wydany został poprawny językowo utwór.

Oprócz tego w przystępny sposób pokazane zostaną reguły odmiany nazw własnych, problemy polskiej interpunkcji, zasady stosowania znaków diakrytycznych i tego wszystkiego, co często umyka autorowi, niebędącemu zawodowym filologiem. W efekcie student uzyskuje dość szybki wgląd w meandry współczesnej polszczyzny i może zacząć w sposób sprawny i profesjonalny poprawiać tekst z myślą o jego wydaniu.

### **Jak szukać bestsellera?**

Co sprawia, że książka staje się bestsellerem? Jak w setkach propozycji wydawniczych szukać tej, która jest ukrytą perłą i odniesie wielki sukces? Oczywiście temat należy traktować z przymrużeniem oka, ale dobry wydawca powinien orientować się w aktualnych trendach wydawniczych i mieć oko do literatury, która może skraść serca czytelników. Na tych zajęciach będziemy się przyglądać różnym trendom w literaturze gatunkowej, by dostrzec uwielbiane przez odbiorców schematy, a także dziełom literatury pięknej, by szukać w nich tego, co je wyróżnia. Bo dobry wydawca musi być też dobrym czytelnikiem.

## **Prawo autorskie**

Temat, który wydaje się oczywisty, ale w branży wydawniczej odgrywa dość dużą rolę – dlatego na zajęciach przyjrzymy się podstawowym zagadnieniom prawa autorskiego, żeby usystematyzować wiedzę, a także różnym mniej oczywistym problemom.