

NƏŞRİYYAT İŞİ

İdarəetmə

Marketing

Müəlliflik hüququ

Redaktə

Tərtibat

İstehsal

Bu kitabın nəşri Amerika Birləşmiş Ştatlarının Beynəlxalq İnkişaf üzrə Agentliyinin (BİA) ayırdığı vəsait hesabına Avrasiya Fondu tərəfindən maliyyələşdirilib. Müəlliflərin mövqeyi BİA-nın və Avrasiya Fondunun mövqeyinə uyğun gəlməyə bilər.

Kitabın "Təvsiyələr. Zəruri biliklər və vərdislər" hissəsi

**NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS
FOR PUBLISHING**

(Nəşriyyatda istifadə olunan standartlar)

tədris vəsaitindən tərcümə olunmuşdur.

Vəsaitin Azərbaycan dilinə sərbəst tərcüməsinə və bu dildə nəşrinə icazə verdiyinə görə "Naşir" Birliyi

Böyük Britaniyanın Nəşriyyat üzrə Trening Mərkəzinə

(The Publishing Training Centre)

öz təşəkkürünü bildirir

"Naşir" Birliyi həmçinin **"Ədəbi əsərlərə müəlliflik hüququnun alınması və satılması"** kitabından istifadə edildiyinə görə kitabın müəllifi Linet Ouenə və Açıq Cəmiyyət İnstitutu - Yardım Fonduna minnətdarlıq edir.

"Naşir" Birliyi

NƏŞRİYYAT İŞİ

YENİ NƏSİL

Bakı - 2001

Nəşriyyat işi. "Yeni Nəsil" JB Nəşriyyat-Poliqrafiya Mərkəzi, Bakı,
2001, 218 səh.

Tərcüməçilər

Firudin Ağayev

Baba Bayramov

Şövkət Səlimov

Tərtibçi redaktor

f.e.n. Rafiq İsmayılov

461
+ N 60

Müəllif heyəti:

İsmayıl Vəliyev *f.e.d.*, "Azərbaycan Milli Ensiklopediyası"

NPB-nin baş direktoru

Qeys Əbilov "Əbilov, Zeynalov və oğulları" şirkətinin direktoru

Tale Məlik *dizayner*

Mübariz Elyazov *hüquqşünas*

Şövkət Səlimov "Yeni Nəsil" NPM-nin baş redaktoru

Rafiq İsmayılov *f.e.n.*, "Yeni Nəsil" NPM-nin direktoru

Emil Məlikov "Naxçıvan" Universiteti kompüter mərkəzinin
direktoru

Rafiq Öməröv *proqramçı*

017/140

Bu kitab "Naşir" Birliyinin nəşriyyat problemlərinə həsr olunmuş ikinci kitabıdır. Azərbaycan kitabının tarixindən və bu gündən bəhs edən və müasir nəşriyyat və poliqrafiya şirkətləri haqqında məlumat verən birinci kitab ("Azərbaycanda nəşriyyat işi") daha çox tarixi-soraq nəşri xarakteri daşıyırdı.

Birliyin təqdim etdiyi bu kitab naşirlər, nəşriyyat mütəxəssisləri və nəşriyyat işini öyrənənlər üçün nəzəri-praktik vəsait kimi düşünülmüşdür. Azərbaycan dilində yazılmış və Azərbaycan müəlliflərinin - nəşriyyat işinin müxtəlif sahələri üzrə mütəxəssislərin iştirakı ilə tərtib olunmuş bu ilk kitab, yığcam şəkildə olsa da, nəşriyyat işinin bütün mərhələlərindən bəhs edir, "Əlavələr" hissəsində isə nəşriyyat fəaliyyətində istifadə edilən bir sıra standartlar və nəşriyyat-poliqrafiya terminləri haqqında məlumatlar verilir.

ISBN 9952-24-002-3

© Yeni Nəsil



MÜNDƏRİCAT

1. Nəşriyyatın idarə edilməsi (R.İsmayılov)..... s. 9-30

Nəşriyyat biznesi və onun spesifikasiyası. Korporativ məqsədlərin müəyyənləşdirilməsi. Menecment elmi və nəşriyyatın idarə formaları. Planlaşdırma. Nəşriyyatın strukturu və ona nəzarət. Strukturun müəyyənləşdirilməsi. Fəaliyyətin qiymətləndirilməsi. İdarəçilik səriştəsi.

Tövsiyələr. Zəruri bilik və vərdişlər. (Occupational Standards for Publishing)

- A. Nəşr layihələrinə rəhbərlik.
- B. Nəşriyyat qrafiklərinin tertibi və ona nəzarət.
- C. Bütçə və ona nəzaət.
- Ç. Nəşr işlərinin keyfiyyətinə nəzarət.
- D. Müəlliflər, sponsorlar və nəşrin icraçıları ilə əməkdaşlıq.

2. Kitab marketinqi (R.İsmayılov)..... s. 31-58

Marketinq və Azərbaycanda kitab bazarı. Kitaba tələbatın yaranması və inkişafı. Kitabın tirajının və qiymətinin müəyyən edilməsi. Kitab bazarının müəyyənləşdirilməsi. Kitabda reklam və kitabın reklamı. Dərslərin yayımı siyasəti. Müəlliflik hüququ kommersion obyekt kimi.

Tövsiyələr. Zəruri bilik və vərdişlər (Occupational Standards for Publishing)

- A. Bazarın, nəşriyyat prioritetləri və resurslarının müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi.
- B. Nəşr təkliflərinin işlənilib hazırlanması.
- C. Bazar tələbatının nəşr planlarına təsiri.

3. Müəlliflik hüququ

(M. Elyazov, Ş. Səlimov).....s. 59-80

Müəlliflik hüququnun mahiyyəti. Müəlliflik hüququnun obyektləri.

Müəlliflik hüququnun subyektləri. Beynəlxalq təcrübədə müəlliflik hüququ konsepsiyasına müxtəlif yanaşmalar. Hüquqi qanunvericilik müəlliflik hüquqları ilə ticarətin əsası kimi. Müəlliflik hüququnun qorunma müddəti. Xarici əlaqələrdə müəlliflik hüququnun tənzimlənməsi. Xarici nəşrin çap hüququnu necə almaq olar. Materialdan sitat gətirilməsinə icazə verilməsi.

Tövsiyələr. Zəruri bilik və vərdişlər. (Occupational Standards for Publishing)

- A. Müəlliflik hüququ ilə ticarət.
- B. Hüquqların alış-satışı ilə bağlı danışıqlar.

4. Nəşriyyat müqavilələri (M.Elyazov) s. 81-96

Nəşriyyat-müəllif münasibətləri. Müəllif müqavilələrinin növləri. Müəllif müqavilələrinin müddəaları. Nəşr lisenziyasının alış-satışı üzrə nəşriyyatlararası razılaşmalar. Müəlliflik hüququna görə ödəmələrin şərtləri. Birgə nəşrlərə dair razılaşma.

Tövsiyələr. Zəruri bilik və vərdişlər. (Occupational Standards for Publishing)

- A. Müqavilə şərtlərinin işlənilib hazırlanması.
- B. Müqavilənin razılaşdırılması və imzalanması.
- V. Müqavilə öhdəliklərinə daxili nəzarət. Saziş fəaliyyəti ilə bağlı ümumi tövsiyələr.

5. Redaktə işi (İ.Vəliyev) s. 97-126

Redaktə işi və redaktor sənəti. Redaktor sənətinin tarixi təcrübəsinə nəzər. Redaktə işinin başqa elm sahələri ilə bağlılığı. Nəşriyyat prosesləri və redaktorun nəşriyyatda rolu. Nəşr prosesində redaksiya mərhələsi. Redaktorun əsərin plan-prospekti üzərindəki işi. Müəllifin əlyazma üzərində işi. Müəllif özgünlüyünə hörmət. Əlyazmanın dili və üslubu üzərində iş. Redaktənin həqiqiliyi, inandırıcılığı. Kütləvilik (populyarlıq) prinsipi. Redaktə işinin öyrənilməsi.

Tövsiyələr. Zəruri bilik və vərdişlər. (Occupational Standards for Publishing)

- A. Mətnin redaktəsi və korrekturası.

- B. Cədvəllər və terminlər.
- C. İllüstrasiyalar.
- Ç. Buraxılış məlumatları və başqa göstəricilər.

6. Tərtibat (dizayn) (T.Məlik)..... s.127-148

Bədi redaktor və onun vəzifələri. Layihənin tərtibatına hazırlıq. Nəşrin formatı. Şriftlər. Titul elementlərinin tərtibatı. İllüstrativ (əyani) materiallar. Üzlüyün tərtibatı.

Təvsiyələr. Zəruri bilik və vərdişlər. (Occupational Standards for Publishing)

- A. Tərtibata dair təkliflər.
- B. Nəşrin tərtibatı üçün spesifikasiya (Açıqlama).
- C. Tərtibat spesifikasiyalarının həyata keçirilməsi.

7. İstehsalat (Q.Əbilov) s. 149-170

Kitab səhifələrinin montajı. Kitab istehsalında istifadə olunan materiallar. Çap texnologiyaları. Kitab-jurnal nəşrlərinin konstruksiyaları. Cild-broşürləmə proseslərinin ümumi sxemləri.

Təvsiyələr. Zəruri bilik və vərdişlər. (Occupational Standards for Publishing)

- A. İstehsalat qrafiki.
- B. Sifarişin yerləşdirilməsi və ona nəzarət.
- C. İstehsal xərclərinin müəyyənləşdirilməsi və qiymətləndirilməsi.
- Ç. Təchizatçılar və distribütorlarla işin qurulması.

8. Stolüstü nəşriyyat-kompüter sistemləri

(E.Məlikov, R.Ömərov)s. 171-181

Kompüterin tərkib hissələri. Nəşriyyatda istifadə olunan periferiya qurğuları. *Windows* əməliyyat sistemi. Nəşriyyat işində istifadə olunan proqramlar. Rəng sistemləri. Elektron nəşrlər.

Əlavələr

- Əlavə 1. Standart kağız formatları..... s. 183
- Əlavə 2. Nəşr formatları s. 184
- Əlavə 3. Nəşr üçün kağız məsrəfinin hesablanması..... s. 185-186
- Əlavə 4. Standart korrektura işarələri s. 187-190
- Əlavə 5. ISBN - Beynəlxalq Standart Kitab Nömrəsi s. 191-196
- Əlavə 6. Nəşriyyat-poliqrafiya terminləri lüğəti s. 197-216

NƏŞRİYYATIN İDARƏ EDİLMƏSİ

Nəşriyyat biznesi və onun spesifikasiyası

Nəşriyyat işi biznesdir və bütün biznes növlərinin seçiyəvi cəhətlərinə malikdir. Lakin nəşirlər kitab nəşr etməklə həm də əhalinin maariflənməsinə xidmət edirlər, buna görə də nəşirlərə sadəcə sahibkarlar deyil, cəmiyyətə fayda verən maarifçi şəxslər kimi baxmaq ənənəsi formalaşmışdır. Bu baxımdan nəşriyyat meneceri öz peşəsinin sosial və mənəvi məsuliyyətini dərk etməlidir.

Bununla yanaşı, həm sosial məqsədləri, həm də bizneslə bağlı məqsədləri həyata keçirmək üçün sahibkar (biznesmen) keyfiyyətlərinə malik olmaq da zəruridir. Menecerlər öz nəşriyyatlarının fəlsəfəsini işləyib hazırlamalıdırlar. Şirkətin vəzifələri, strategiyaları və təşkilatı strukturu üçün bu fəlsəfə baza rolunu oynayır.

Menecment elminə dərinlən yiyələnmiş şəxs nəşriyyat şirkətinə rəhbərlik edə bilər, lakin bunun üçün kitab biznesinin digər biznes növlərindən əsas fərqli cəhətlərini dərk etmək lazımdır. Beləliklə, nəşriyyat biznesinin əsas seçiyəvi xüsusiyyətlərini sadalayaq:

1. *Nəşriyyat - yaradıcı biznes təşkilatıdır və burada görülən işlərin icraçıları əsasən yüksək intellektual səviyyəyə malik yaradıcı şəxslərdir. Şirkətə və onun şöbələrinə menecerlər təyin olunarkən bu xüsusiyyət nəzərə alınmalıdır.*

2. *Nəşriyyat biznesinin məğzi hər hansı müəllifin (lərin) yaratdığı əsəri redaktə və tərtibat proseslərindən keçirib kitab şəklində çoxaldıraraq oxuculara satmaqdır. Bu mənada nəşriyyat şirkəti ilə poliqrafiya şirkətini (mətbəəni) səhv salmaq olmaz. Nəşriyyat - kitabın "qəlib"ini (maketini) hazırlayandır. Bu "qəlib" əsasında kitabın tirajını hazırlamaq işə mətbəənin öhdəsinə düşür. Lakin istənilən*

halda bu nəşrin sahibi nəşriyyat olur.

3. Müəlliflik hüququ nəşriyyat biznesində nəzərə alınmalı ən vacib və mürəkkəb məsələlərdən biridir. Müəlliflik hüququ ilə alış-satış bu biznesin tərkib hissəsidir.

4. Nəşriyyat məhsulunu xalq tələbatı və incəsənət məhsullarından fərqləndirən əsas cəhət onun milli dillə bağlı olmasıdır. Bu onun satış dairəsini məhdudlaşdırır. Buna görə də azsaylı xalqların nəşirləri yalnız yerli bazar üçün işlədikdə yüksək biznes nəticələri göstərə bilmirlər. Lakin bu heç də o demək deyil ki, onlar beynəlxalq səviyyəyə çıxı bilməzlər. Müəlliflik hüququ ilə alış-satış bu nəşirlər üçün geniş imkanlar açır.

Aztırajlı kitabların qiymətləri adətən yüksək olur və buna görə də milli nəşrlər dünya dillərində nəşr olunmuş kitablarla daim rəqabət aparmalı olurlar

5. Dil, psixologiya, şüurla bağlı olması kitab marketinqi işini daha da çətinləşdirir. Digər məhsullardan fərqli olaraq burada bazanın öyrənilməsi üçün daha çox göstəricilərə və parametrlərə istinad etməli olursan.

Hər hansı nəşriyyatın məqsədləri xeyli dərəcədə nəşrlərin cəmiyyətin gözündə necə görünmək arzuları ilə müəyyənləşir. Kitab nəşrləri buraxdıqları kitabların cəmiyyətdəki yerini və rolunu nəzərə almaya bilməzlər. Onlar, eyni zamanda, öz tabeliyində olan və cəmiyyətdə redaktor, dizayner kimi ad qazanmış mütəxəssislərin rəyləri ilə də hesablaşmalıdırlar.

Nəşr standartları olduqca müxtəlifdir. Bəzi nəşrlər üçün əsas standart nəşrin gəlirli olmasıdır. Gəlirin əhəmiyyətini heç də inkar etməyən bir sıra maarifçi nəşrlər cəmiyyət qarşısında öz rollarının əhəmiyyətini anlayır və elə kitablar nəşr etməyə cəhd göstərirlər ki, bu kitablar ədəbiyyat, incəsənət, təhsil və ya elm sahəsində yüksək standartlara malik olsun və oxucular tərəfindən rəğbətlə qarşılsın. Bu nəşrlərin məqsədi həm də cəmiyyəti savadlandırmaq və kitablar vasitəsilə mövcud düşüncə və davranış metodlarını dəyişdirməkdir. Digər nəşrlər isə yalnız asudə vaxt və əyləncə üçün kitab buraxmağa üstünlük verirlər. Lakin nəşriyyat firması dürgün vəziyyətdə olan cansız bir varlıq deyil; firmanın idarəçiliyi ilə məşğul olanların və digər işçilərin təcrübəsinin artması ilə onun məqsədləri də dəyişikliyə uğraya bilər.

Bütün bunlarla yanaşı nəşirlər bir faktı qəbul etməlidirlər ki, onlar tərəfindən cəmiyyətin ehtiyacı - oxucu tələbatı nəzərə alınmasa, şirkət iflasa uğraya bilər.

Dünya dillərinin hər hansı birindən istifadə edən nəşirlər üçün nəzəri olaraq bütün dünya potensial bir bazardır. Lakin nəşirlərin bir çoxu üçün daxili bazar, onun ehtiyacları və tələbatı əsas meyar olaraq qalır və onlar öz fəaliyyətlərini məhz bu bazara istiqamətləndirirlər.

Korporativ məqsədlərin müəyyənləşdirilməsi

Bütün nəşriyyatlar, əsasən, eyni işi yerinə yetirirlər. Lakin idarəçiliyin, redaktə işinin, istehsal və marketinqin təşkili və məsuliyyətlərin bölgüsü fərqli şəkildə ola bilər. Bu funksiya və məsuliyyətlərin hansı qaydada müəyyənləşdirilməsi firma rəhbərliyinin qarşıya qoyduğu məqsədlərdən asılıdır.

Şəxsi və ictimai məqsədlər nəşr olunan kitabların standartlarını, keyfiyyəti və tiplərini (məzmun yönümünü), həmçinin, həmin kitabların bazara çıxarılması yollarını müəyyənləşdirir. Bazar məqsədlərə güclü şəkildə təsir göstərir. Bəzi nəşirlər kitabların yalnız alqı-satqı predmeti olmadığı və nəyi nəşr etmək məsələsində bazarın heç də həlledici rol oynamadığı qənaətinədəirlər. Onlar hətta özlərinin sosial və mədəni ehtiyaclarla bağlı mülahizələrini sırf maliyyə və iqtisadi amillər fəvqündə qoyur və cəmiyyətdə populyar olmayan kitablar nəşr etməklə müəyyən ziyana düşməyə razı olurlar. Lakin bu cür yanaşma şirkətin strateji xətti ola bilməz.

Oxucu zövqünü formalaşdırmaq, ona o qədər də populyar olmayan ideyalar təlqin etmək istəyi təqdirəlayiq haldır. Lakin bu arzu biznes riski ilə bağlıdır və onu yalnız əldə olunan mənfəət hesabına həyata keçirmək olar. Bunun üçün isə nəşriyyatın arsenalında bazar tələbatına cavab verən kifayət qədər kitab olmalıdır. Bu, heç də o demək deyil ki, kitab bazarına yeni ideya, yeni yazıçı sözü, yeni formanın çıxarılması nəşriyyat üçün həmişə ziyanla nəticələnir. Əksinə, ən böyük gəlirlər məhz yeniliklə bağlı olur. Lakin bunun üçün çoxillik təcrübə, güclü nəşir fəhmi lazımdır.

Nəşir müəlliflərin yaradıcı təxəyyülünü və biliyini cəmiyyətə çatdıran kanal rolunu oynamalıdır. Lakin nəşir sadəcə passiv bir kanal

ola bilməz, o, cəmiyyətdə yeni ideyalar formalaşdırmağı, zərərli ideyalar axınının qarşısını almağı, başqa səmtə yönəltməyi, sürətini və səmərəliliyini nizamlamağı bacarmalıdır. Naşir, həmçinin, bazarın tələbatından asılıdır; o, nəşr olunacaq kitab barədə bazarı qa-
baqcadan məlumatlandırmalı və ona maraqlı oymalıdır.

Hər bir biznes sahəsinin davamlı olmasının əsas şərti onun gəlirlə işləməsidir. Gəlirin miqdarı hər bir sahibkarın bacarıq dərəcə-
sindən asılı olur. Qərb ölkələrində nəşrlərdən əldə olunan orta gəlir səviyyəsi 5-10% olur.

Naşirin iş planı bu məqsədin həyata keçirilməsinə istiqamətlən-
dirilməlidir. Bunun üçün iqtisadi və sosial məqsədlərin müəyyən-
ləşdirilməsi və bütün işçilərə aydın şəkildə çatdırılması olduqca
mühümdür.

Beləliklə, istənilən naşirin qarşıya qoyduğu iki əsas qlobal məq-
səd gəlir gətirmək və dəyərli kitablar nəşr etməkdir.

Şirkətin biznes məqsədlərini müəyyən etmək üçün menecer ilk
növbədə aşağıdakı suallara cavab tapmalıdır:

- *Şirkətin yönümü və bazardakı imici necədir və o, cəmiyyət (is-
tehlakçılar və tərəf-müqabilləri) tərəfindən necə qarşılır? Bu yö-
nümü saxlamağa dəyərmi, yoxsa onu təcridən dəyişdirmək lazımdır?*

- *Şirkətin başlıca kommersiya gücü nədən ibarət olmalıdır? Onun hansı cəhəti daha yaxşı təşkil olunmalıdır, hansı sahələrdə idarəçiliyin keyfiyyəti daha yüksək olmalıdır?*

- *Şirkətin fəaliyyətində hansı qüsurlu cəhətlər var? İdarəçilik zəncirində hansı həlqələr daha zəifdir? Qüsurları aradan qaldırmaq üçün nə etmək lazımdır?*

- *Satış bazarları, təklif olunan ticarət şərtləri şirkətin məqsədlə-
rinə uyğun gəlirmi?*

- *Nəşriyyat xidmətləri (rəssam, fotoqraf, dizayner) və oxucu ba-
zarının segmentləri baxımından rəqabət harada daha güclüdür? Rəqabətdən hansı dərsləri almaq mümkündür?*

- *Kadr potensialı qarşıya qoyulan məqsədləri həyata keçirməyə imkan verirmi?*

- *İcrada olan və nəzərdə tutulan işlər qarşıya qoyulan məqsəd-
lərə xidmət edirmi?*

Menecment elmi və nəşriyyatın idarə formaları

Yenicə ayırdığımız yüzil texnika və informasiya əsri olmaqla yanaşı, "menecment" adlanan təşkilatın idarə olunması elmində də əhəmiyyətli irəliləyişlər etdi. Mövcud təcrübəni ümumiləşdirən və sistemləşdirən bu elmin sirlərinə bələd olmadan hər hansı təşkilatı, o cümlədən nəşriyyat şirkətini idarə etmək onu iflasa aparmaq deməkdir.

Təşkilatı işin səciyyəvi xüsusiyyətlərindən biri hər hansı bir şirkət və ya idarənin qəbul etdiyi xəttə uyğun olaraq maksimum nəticələr əldə etməyi bacaran adamlar qrupunun formalaşdırılmasıdır. Yüksək məsuliyyət hissinə malik şəxslərdən ibarət bu qrup təşkilatı idarəçiliyi təmin edir.

Əgər idarəçilik işgüzarlığa əsaslanırsa və özünün vərdiş, vasitə və metodlarına malikdirsə, onun qərar qəbul etmək və qarşıya vəzifələr qoymaq sahəsində özünəməxsus dəsti-xətti mövcud olur. Bu cür idarəçilik aşağıdakı sualları qarşıya qoyur və cavablandırır:

• *Təşkilatın məqsədi nədən ibarətdir? Təşkilat hansı şərtlər daxilində fəaliyyət göstərməlidir?*

• *Məqsədinə çatmaq üçün onun hansı kadrlara və texniki vasitələrə ehtiyacı vardır?*

Bu və digər suallara verilən cavablar təşkilatın korporativ vəzifələrinin konturlarını müəyyənləşdirir. Bu konturlar əsasında idarəçilik fəaliyyətinin geniş fəlsəfəsini işləyib hazırlamaq və menecerlərin və digər icraçı şəxslərin spesifik vəzifələrini müəyyən etmək mümkündür. Qarşıya qoyulmuş korporativ məqsədlərə nail olmaq yalnız yaxşı nizamlanmış kollektiv fəaliyyət nəticəsində mümkündür.

İdarəçilik (menecment) indi öz adı mənasından daha geniş bir mənə kəsb etməkdədir. Bu gün idarəçilik müasir mədəniyyətin bir hissəsidir. Menecerlər öz fəlsəfə və fəaliyyətləri ilə cəmiyyətdə geniş anlamda mədəniyyətin formalaşmasına təsir göstərə bilirlər. Söhbət nəşriyyat şirkətindən gedərkən bu amil özünü daha bariz göstərir.

İstənilən biznes növünün məqsədləri xeyli dərəcədə şirkətin maliyyə mənbələri və mülkiyyət forması ilə müəyyənləşir. Şirkətlər

tək bir şəxsin sahibliyində ola və ya əməkdaşlıq edən tərəflərin iştirakı ilə yaradıla bilər. Onların dövlət şirkətləri formasında mövcud olması da mümkündür. Nəşriyyat şirkətləri başlıca biznes fəaliyyəti heç də nəşriyyat işindən ibarət olmayan təşkilatların, məsələn, nazirliklərin, ali məktəblərin, elmi-araşdırma institutlarının, ictimai təşkilat və assosiasiyaların bir qurumu kimi də fəaliyyət göstərə bilər. Şirkətin kim tərəfindən maliyyələşdirilməsindən və idarə olunmasından asılı olaraq onların hər biri fərqli strukturlara və idarəetmə sisteminə malik olurlar.

Nəşriyyat şirkətinin mülkiyyət formasına uyğun olaraq idarəetmə qaydaları da fərqli olur.

Tək bir şəxsin sahibliyində olan şirkətlər əsasən kiçik firmalardır. Burada sahibkar korporativ məqsədləri müəyyənləşdirir və bir çox qərarı təkbaşına qəbul edir. Şirkətin miqyasından asılı olaraq orada başqa menecerlər də ola bilər, lakin bir qayda olaraq, sahibkar istənilən məsələdə son söz sahibidir.

Şərikli tərəflərin iştirakı ilə yaradılan şirkətlərdə adətən bir tərəf İdarəedici Partnyor təyin edilir. Adətən bu, sadəcə olaraq daha çox nizamnamə kapitalına malik olan deyil, yüksək menecment qabiliyyətinə malik tərəf olur. Strateji qərarlar, bir qayda olaraq, bütün tərəflərin konsensusu əsasında qəbul edilir. İdarəedici partnyor digər tərəflərlə razılaşıdırılmış məhdudiyətlər nəzərə alınmaqla, şirkətin gündəlik işləri barədə müstəqil qərar qəbul edə bilər.

Səhmdar xarakterli özəl şirkətlərdə şirkətin fəaliyyəti üçün məsul olan şəxslərdən ibarət direktorlar şurası mövcud olur. Burada da şura üzvlərindən biri İdarəedici Direktor təyin olunur. Həmin şəxs firmanın baş icraçısı funksiyasını yerinə yetirir. Direktorlar şurası İdarəedici Direktorun fərdi səlahiyyətlərinin hüdudlarını və hansı səlahiyyətlərin şuranın öz ixtiyarında qaldığını müəyyənləşdirir.

Müstəqil qurum olmayıb başqa iri təşkilatlar nəzdində fəaliyyət göstərən nəşriyyatlar da adətən direktorlar şurası tərəfindən idarə olunur.

Büdcə və planlaşdırma

Kifayət qədər məqsədlərə malik olan nəşir həmin məqsədlərə çatmaq üçün plan işləyib hazırlamalıdır.

Planlaşdırma üçün aşağıdakı sahələri əhatə edən ilkin informasiyanın olması zəruridir:

- *demoqrafik statistika - əhəlinin cinsi tərkibi, savadlılıq dərəcəsi, alıcılıq qabiliyyəti, təhsilin növləri və səviyyələri üzrə statistik nisbət, yaşayış indeksinin orta dəyəri;*

- *müəyyən ərazilərdə satış üçün məhsulun bir vahidinin payına düşən nəqliyyat xərci;*

- *orta məktəblərin və digər tədris müəssisələrinin (institutların) sayı və onlarda təhsil alanların yaş dərəcəsi və tədris olunan fənlər;*

- *mövcud mütaliə vəziyyəti və oxucu zövqləri;*

- *rəqabət qabiliyyətli nəşirlər, onların strategiyası və iş metodları;*

- *idxal məhsullarının sırası və reallaşdırılması, paylaşdırma metodları;*

- *normal ticarət şərtləri və təcrübələri.*

Bu informasiyanın statistika idarələrindən və sosioloji sorğular keçirən təşkilatlardan əldə edilməsinin mümkünlüyünə baxmayaraq, ciddi və təcrübəli nəşir bazarın öyrənilməsi ilə bağlı özünün müntəzəm tədqiqatlarını aparmalıdır.

Bəzi daha məsuliyyətli nəşirlər özləri kitab depozitorlarına (kitabxanalara), kitab mağazalarına, təhsil müəssisələrinə baş çəkir və ilkin məlumat toplayırlar. Mümkün qədər daha çox məlumat topladıqdan sonra növbəti addım nəşri nəzərdə tutulan kitablara dair təxmini bazar göstəricilərini çıxarmaq üçün həmin məlumatları safçürük etməkdən və onların bazardakı uğurunu proqnozlaşdırmaqdan ibarətdir. Nəşri planlaşdırılan istənilən kitab bu əsasda dəyərləndirilir.

Burada, həmçinin, əlavə xərclər (maaş, icarə və s.), inkişaf xərcləri və inflyasiya da nəzərə alınmaqla, müəyyən dövr üçün şirkətin büdcəsinə daxil edilmiş gözlənilən gəlir və itkilər də hesablanmalıdır. Əgər müəssisə artan gəlirlə işləyirsə, büdcəni genişləndirmək də olar. Bu zaman nəşir bilməlidir ki, öz kapitalını harada, nə zaman və necə sərf edəcək, lazım olduqda qiymətləri nə qədər

endirməli olacaq və nə qədər gəlir götürəcək.

Bu tipli büdcə heç də tək-tək kitabları deyil, nəşri nəzərdə tutulmuş bütün kitabları əhatə edir. Burada sabit və dəyişən xərclər, müəllif qonorarları, avanslar, kənar xidmət xərcləri, və digər xərclər nəzərə alınmalıdır. Bütün toplanmış və təhlil olunmuş informasiya real vəziyyətin öyrənilməsinə xidmət edir. İş davam etdirmək və ya dayandırmaq haqqında qərar bu mərhələdə verilir.

İşin davam etdirilməsi barədə qərar qəbul edildikdən sonra nəşir büdcənin mümkün qədər dəqiq icrasına nail olmağa və hətta planlaşdırıldığından daha sərfəli nəticələr əldə etməyə çalışır. Qərb ölkələrində qəbul olunmuş qaydaya görə bir çox nəşirlər üçillik büdcə tərtib edir və qabaqcadan üç il ərzində əldə etdikləri nailiyyətlər barədə təsəvvürə malik olurlar.

Lakin hadisələrin gedişi büdcənin ayrı-ayrı hissələrinin dəyişdirilməsi və ya ləğv edilərək sıradan çıxarılması zərurətini yarada bilər. Nəşriyyat işi üçün çeviklik həlledici əhəmiyyət kəsb edir. Lakin nəşirlər üçün iş planının və təsdiq olunmuş büdcənin mövcud olması da şirkətdə iş mexanizminin düzgün qurulmasında və uğur qazanılmasında böyük rol oynayır.

Planlaşdırma istənilən biznes sahəsində idarəçiliyin ən mühüm funksiyalarından biridir. Yaxşı idarə olunan nəşriyyat şirkəti digər şirkətlərdən satış tenderləri, rəqabət qabiliyyətli məhsullar və bazarın tələbatı barədə müntəzəm tədqiqatlar aparması və gələcək inkişafı daha tez müəyyənləşdirib planlaşdırması ilə fərqlənir.

Nəşriyyatın strukturu və ona nəzarət

Bu fəsil kitabın nəşri və satışı prosesinin idarə olunması barədədir. Bu mövzunu əhatə etmək üçün müəllif əlyazmasını kitaba çevirən və nəşr məhsulunu oxucuya çatdıran bütün prosesləri nəzərdən keçirmək zəruridir.

Mülkiyyət formasından və maliyyə mənbələrindən asılı olmayaraq istənilən şirkət və ya institut qarşıya qoyduğu məqsədlərə çatmaq üçün müəyyən optimal struktura malik olmalıdır. Kadrların sayı, yerləşdirilməsi və peşəkarlıq səviyyəsi müəssisənin tələbatlarından asılıdır. İşçilər yerinə yetirdikləri funksiyalara uyğun olaraq, şöbələr şəklində qruplaşdırılırlar. Yerləşdirmədə və yerinə ye-

tirilən vəzifələrdə həmişə müxtəlifliyin olmasına baxmayaraq, yaxşı təşkil olunmuş nəşriyyatda aşağıdakı əsas şöbələr mövcud olmalıdır:

- redaksiya şöbəsi;
- dizayn və istehsal şöbəsi;
- marketing şöbəsi;
- mühasibat şöbəsi.

İlk üç şöbə şirkətin əməliyyat hissəsini formalaşdırır və ideyaların ardıcıl reallaşdırılmasını təmin edir:

Redaksiya - nəşr üçün mətnin seçilməsi, qəbul edilməsi, redaktəsi və qiymətləndirilməsi;

Dizayn - nəşrin fiziki formasının müəyyənləşdirilməsi;

İstehsal - bu formanın reallaşdırılması;

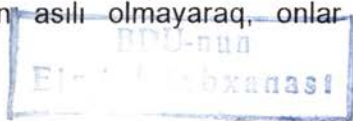
Marketing - nəşr olunmuş kitabın təbliği və paylaşdırma mexanizmi vasitəsilə oxucuya çatdırılması;

Mühasibat şöbəsi hesabların, sifarişlərin, kənar xidmətlərin və güzəştlərin, anbarların, kredit nəzarətinin, vergi və rüsumların və ödənişlərin qeydiyyatını aparmaq vasitəsilə müəssisənin maliyyə fəaliyyətini təmin edir. Əməliyyatın hansısa bir hissəsi maliyyə cəhətdən lazımı səviyyədə əsaslandırılmadıqda rəhbərliyi xəbərdar etmək də bu şöbənin vəzifəsinə daxildir.

Rəhbərlik mühasibat şöbəsinin verdiyi məlumatın və müəssisənin müəyyən edilmiş korporativ məqsədlərinə uyğun olaraq aparılan tədqiqatların əsasında qarşıya vəzifələr qoymaq və qərarlar qəbul etməklə, bütünlükdə firmanın idarəçiliyini həyata keçirir.

Şirkətin böyük-küçüklüyündən asılı olaraq şöbələrdə bir və ya bir neçə adam işləyə və ya onlar daxildə funksional qruplara bölünə bilərlər. Məsələn, marketing şöbəsi yerli satış, eksport satışı, yardım, məhsulun saxlanması və müştəriyə xidmət kimi yarımsöbələrə bölünə bilər. Redaksiya şöbəsində müəlliflik hüquqlarına nəzarət, yığım, korrektura qrupları ola bilər. Dizayn və istehsal şöbəsi isə kompüter mərkəzi, fotolaboratoriya, operativ poliqrafiya mərkəzindən (kitab maketlərinin hazırlanması və aztirajlı kitabların çapı üçün) ibarət ola bilər.

Bu funksiyaların bir neçə nəşriyyat mütəxəssisi tərəfindən və yaxud menecerlər komandasının rəhbərliyi altında yüzlərlə işçi tərəfindən icra edilməsindən asılı olmayaraq, onlar hər bir



24/1410

nəşriyyatda mövcud olur.

Menecer hər bir şöbənin keçirdiyi müzakirələr və hazırladığı hesabatların köməyi ilə şirkətin işlərinə nəzarət edir və onların fəaliyyətini əlaqələndirir.

Nəşr potensialı olan, baxılmaqda olan və nəşrə buraxılan əlyazmalarla bağlı məlumatlar, bir qayda olaraq, redaksiya komitəsinin və ya şurasının yığıncağındakı qeydlərdən əldə edilir. Bu komitə və ya şura həm də nəzarət strukturudur.

Layihələrin cari vəziyyətinin monitorinqi adətən redaksiya və istehsalla bağlı aylıq yığıncaqlar tərəfindən aparılır. Burada hər bir nəşr haqqında ayrıca məruzə dinlənir. Uğurlar və uğursuzluqlar qeyd edilir və fəaliyyətin əsas istiqaməti və yeni nəşrlər marketinqlə məşğul olan nümayəndələrlə birlikdə müzakirə olunur. Bu cür yığıncaqlar cari qiymətlər və satış planları əsasında hər bir layihənin xərcləri üzərində birgə nəzarətin əsas vasitəsidir.

Müxtəlif adda nəşrlər üzrə aylıq satış məlumatları marketinq şöbəsi tərəfindən hazırlanır və müzakirə olunur. Buraya, həmçinin, aşağıdakılar aiddir: real satışın satış planları ilə müqayisəsi, altı aylıq fəaliyyətin büdcə ilə müqayisəsi, oxucu zövqü və bazar tələbatı haqqında redaksiya və dizayn şöbələri üçün tövsiyələrin hazırlanması; reklam-marketinq tədbirləri ilə bağlı planın tərtibi (kitab kataloqları, sərgiləri, konfranslar və s.).

Mühasibat (maliyyə) şöbəsi dövri maliyyə hesabatlarından əlavə, vergi və mühasibat uçotu üzrə qanunvericilikdəki dəyişikliklər, onların şirkətin maliyyə işinə təsiri və vergi yoxlamalarının nəticələri, eləcə də debitor və kreditor borcları barədə müntəzəm hesabatlar hazırlayıb rəhbərliyə təqdim edir. Bunlar şirkətin maliyyə vəziyyəti barədə rəhbərliyə məlumat verən vacib nəzarət formalarıdır.

Beləliklə, şöbələrdə hazırlanan məlumatlar və hesabatlar şirkətin fəaliyyətini nəzarət altında saxlamağa və onun qurumlarının fəaliyyətini əlaqələndirməyə imkan verir.

Strukturun müəyyənləşdirilməsi

Strukturun müəyyənləşdirilməsində bazar tələbatları az rol oynamır. Sürətlə inkişaf edən, dəyişən bazarlar vəziyyətə dərhal uyğunlaşan çevik, müstəqil və kiçik struktur vahidlərinin olmasını tələb edir. Daha böyük, sabit və uzunmüddətli bazarlar üçün mərkəzləşdirilmiş strukturlar sərfəlidir.

İdarəçilik işinin əsas ağırlığı şirkətin uğurlar qazanmasında əsas rol oynayan struktur vahidlərinin üzərinə düşür. Burada idarəçilik səviyyələrinin sayı (iyerarxiya) mümkün qədər az olmalıdır.

İş həcmi tez-tez dəyişən şöbələr mümkün qədər az işçi götürməlidir. İşsizlik yaratmaqdan (ştatları ixtisar etməkdən) yaxa qurtarmaq üçün sərbəst işçilərdən (rəssam, fotoqraf, dizayner) istifadəyə üstünlük verilməlidir.

İri nəşriyyat şirkətlərində idarəçilik strukturunu nəzərdən keçirərək direktorlar şurasından başlamaq lazımdır. Qarşıya qoyulan məqsədlərə çatmaq üçün ilk növbədə şura məsuliyyət daşmalıdır, ona görə də onun hər bir üzvünün vəzifələri aydın və konkret olmalıdır. Əgər belə olmasa, bütün idarəçilik sistemində xaos yaranacaq.

Şirkətin strukturu və qəbul olunmuş vəzifə iyerarxiyası yalnız yüksək səviyyəli rəhbərlər üçün deyil, hər bir icraçı üçün şəffaf və anlaşılqı olmalıdır. Hər kəs məsul olduğu şəxslər qarşısında hesabat verməlidir.

İdarəetmə strukturu nəşriyyatın ölçülərinə müvafiq olmalıdır. Strukturun mürəkkəbliyi və genişliyi şirkətin əlavə xərclərini artırır, buna görə də kiçik şirkətlərdə çoxsaylı şöbələrin olmasına ehtiyac yoxdur. İl ərzində nəşr olunan kitabların sayı və müvafiq olaraq iş həcmi və satış dövriyyəsi artdıqca şöbələri genişləndirmək və yeni struktur vahidləri yaratmaq olar.

Kiçik nəşriyyatlar elə struktura malik olmalıdırlar ki, ayrı-ayrı fərdlərin bacarığından və üstün cəhətlərindən mümkün qədər çox fayda götürməyə imkan versin. Burada menecerlərə ticarət şanslarına dərhal reaksiya vermək imkanı yaratmaq lazımdır. İstənilən halda şirkətin strukturu ayrı-ayrı fərdləri öz şəxsi ambisiyalarının deyil, ümumi biznes uğurunun reallaşmasına sövq etməlidir.

Struktur menecerlərə öz şəxsi işindən razılıq duymaq imkanı verməlidir. Yorucu hesabat üsullarından və məsuliyyətin despotik

qaydada bölüşdürülməsindən qaçmaq lazımdır. Nəşriyyat işi kimi yaradıcı biznesdə bu, vacib məsələdir.

Təşkilati əlaqələrin yoxlanması. Müəyyən bir təşkilatı qurarkən və ya nəzərdən keçirərkən, ən səmərəli və qənaətli strukturun mövcudluğuna əmin olmaq üçün bütün formal və qeyri-formal əlaqələrin sxemini cızmaq lazımdır. Qeyri-formal əlaqələrin müəyyənləşdirilməsi mühümdür, çünki praktik fəaliyyətdə əlaqələr üsulu çox zaman kağız üzərində qəbul olunmuş formal əlaqələr sistemindən fərqli olur.

İstənilən biznes təşkilatında maliyyə məsuliyyəti əsas məsuliyyətdir. İstənilən əməkdaş öhdəsinə düşən bu məsuliyyətin hüdudlarını bilməli, ona diqqətlə yanaşmalıdır.

Şöbələrin təşkili. Ştatda olan əməkdaşların işi ilə kənardan cəlb olunan mütəxəssis xidmətinin balansını (xüsusən, redaksiya və dizayn məsələlərində) şöbələr təşkil olunmazdan əvvəl müəyyənləşdirilməlidir. Qərarlar çəkilən xərclərə, mövsümi dəyişmələrə, iş qaydasına və tələb olunan bacarıqların həcminə əsaslanmalıdır.

Hər bir şöbənin təşkilat daxilindəki rolu və məsuliyyəti aydın müəyyən olunmalıdır. Şöbələrin məsuliyyət və səlahiyyət hüdudları xüsusilə dəqiq bilinməlidir.

Struktur işin mahiyyətinə cavab verməlidir. Texniki və yaradıcı qüvvə nə qədər çox olarsa, daha geniş idarəçilik tələb olunur. Yaradıcı iş kiçik komandalardan qaynaqlanır.

Fəaliyyətin qiymətləndirilməsi

Şirkətin vəziyyətini qiymətləndirmək üçün əsas meyar onun dövrü maliyyə hesabatlarında və balanslarında əks olunan rəqəmlərdir. Digər qiymətləndirmə vasitələrinə redaktə və dizayn-istehsal işləri üzrə dövrü işçi görüşlər, yarımillik və illik satış icmalları, şöbələrin ehtiyatları, nailiyyətləri və kadrları barədə menecerlərin dövrü hesabatları aiddir.

Nəşriyyatın sosial çəkisini və onun qarşıya qoyduğu ictimai məqsədlərə nə dərəcədə nail olduğunu qiymətləndirmək daha çətinidir. Şirkətin nəşrləri barədə tənqidi icmallar və müəlliflərinin (rəssamlarının, dizaynerlərinin) nüfuz dərəcəsi qiymətləndirmə üçün göstərici rolunu oynaya bilər. Firmanın uğurunu müəyyən etmək

üçün daha bir yaxşı ölçü onun ticarət sahəsindəki nüfuzu və kitab ticarətçiləri, kitabxanalar və bu sahədə məşğul olan digər tərəfdaşlarla onun əməkdaşlığıdır.

Qiymətləndirməyə xüsusi diqqət yetirən menecerlər hər bir nəşr üçün qiymətləndirmə anketi hazırlayır, orada kitabın satış həcmi, mətbuatda çıxan müsbət və mənfi rəylərin, oxucu zənglərinin və məktublarının sayını və başqa göstəriciləri qeyd edirlər.

Fəaliyyətin qiymətləndirilməsi üçün şirkətin tarixi təcrübəsinə də nəzər salmaq vacibdir: *hansı cəhətlər keçmişdə daha çox problemlər yaratmışdır, tarixdən hansı dərsləri almaq mümkündür, təkrar səhvlərdən necə qaçmaq olar?*

Digər bir səmərəli metod vaxtilə tutulmuş planla alınmış nəticəni müqayisə etməkdir: *hazırkı vəziyyətin alınması nəzərdə tutulurdumu, plandan kənara çıxmalar özünü daha çox nədə göstərir - qrafikin pozulmasında, işin keyfiyyətində, satış həcmində?*

Vaxtaşırı kadrların qiymətləndirilməsi də işin xeyrinə ola bilər. Bu zaman onların həm peşəkar, həm də fərdi-psixoloji keyfiyyətləri qiymətləndirilməlidir. Şirkətdə menecmentin səviyyəsi də tez-tez qiymətləndirmə obyektı olmalıdır: *genişlənmədən sonra struktur dəyişikliklərinə ehtiyac varmı, əlaqələndirmə və nəzarət hansı səviyyədə qurulub, buraxılmış səhvlərdə idarəçiliyin günahı nədən ibarətdir?*

Şirkətin fəaliyyətinin müntəzəm qiymətləndirilməsi buraxılan xətalara və biznes riskinin minimuma endirilməsinə, keçmişin səhvlərini öyrənməyə və ondan nəticələr çıxarmağa və fəaliyyəti daha səmərəli qurmağa kömək edir.

İdarəçilik səriştəsi

Nəşriyyat şirkətinin uğuru, demək olar ki, bütünlüklə direktorların (menecerlərin) iş keyfiyyətindən, yəni rəhbərliyin gələcəyi görmək və ona uyğunlaşmaq qabiliyyətindən asılıdır.

Buna görə də şirkətdə qəbul edilən ən mühüm qərarlar səriştəli şəxslərin seçilməsi və onların yüksək rəhbər vəzifələrə təyin edilməsi ilə qəbul edilən qərarlardır.

Hətta kiçik şirkətlərdə də planlaşdırılmış kadr siyasəti mövcud olmalıdır. Əgər nəşriyyat sürətlə inkişaf edirsə, burada yüksək po-

tensiala malik rəhbərlərə tələbat da artır. Bu zaman bəzi rəhbərlərin səlahiyyəti daha da artırılır. Buna imkan verilməlidir, lakin bu, yalnız işin uğurlu olmasına xidmət etməlidir.

İdarçılıqda kadrların dəyişdirilməsi praktikasını mənfi qiymətləndirmək olmaz. Kiçik nəşriyyatların öz yüksək səviyyəli kadrlarını daim əlində saxlaya biləcəyinə inanmaq çətinidir. Bununla belə, nəzərə almaq lazımdır ki, kiçik nəşriyyatlara da peşəkar menecerlər lazımdır. Buraxılan səhvlərin vurduğu ziyan bu cür şirkətlərdə daha ağırlı olur.

İdarəçilikdə səriştəsizliyə dözmək olmaz. Rəhbərin səriştəsizliyi bütün işçilər tərəfindən sezilir və bu zaman vurulan mənəvi ziyan da öz işini göür.

İdarəçilik təcrübəsini texniki səriştədən (redaktə, dizayn səriştəsindən) ayırmaq çətin, lakin zəruri bir məsələdir. Şirkətin strukturu nə qədər mürəkkəb və çoxpilləlirdirsə, burada texniki təcrübədən fərqli olaraq, idarəçilik təcrübəsi daha mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Kadr siyasətində riskə yol verməmək üçün menecerlərin ekspertiza qaydasında və sınaq müddətinə işə götürülməsi zəruridir, çünki çox zaman hazır təcrübəni almaq onu daxildə qazanmaqdan ucuz başa gəlir.

Nəşriyyat biznesi spesifik biznes olduğundan buraya təyin olunan menecerlər idarəçilik bacarığından başqa bu biznesin xüsusiyyətlərinə bələd olmalı, ən azı nəşriyyat-poliqrafiya terminologiyasına yiyələnəli, texniki-yaradıcı işçilərlə əlaqələrdə səriştəsizliyə yol verməməlidir.

NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS FOR PUBLISHING**NƏŞR LAYİHƏLƏRİNƏ RƏHBƏRLİK****Tövsiyələr**

- *hər bir nəşr layihəsinin arxivini yaradın;*
- *illüstrasiyalar, müəllif əlyazmaları, onların düzəliş nüsxələri üçün qovluqlar açın;*
- *materialların (mətn və illüstrasiyaların) vaxtında alınmasına nəzarət edin;*
- *materialların müqaviləyə və spesifikasiyaya uyğunluğunu yoxlayın;*
- *materialların struktur, məzmun və keyfiyyətində olan çatışmazlıqları aradan qaldırın;*
- *layihənin qrafik və keyfiyyət tələblərinə cavab verən kifayət qədər kadr və texniki resurslar əldə edin;*
- *kadr və texniki resursları ayrı-ayrı layihələr arasında, nəşriyyatınızın prioritetlərini nəzərə almaqla bölüşdürün;*
- *hər bir layihə üzrə büdcə və qrafiki göstərməklə görülməli işlərin xülasəsini hazırlayın;*
- *redaksiyanın fəaliyyətini təmin edən şəxslərdən hesabat istəyin;*
- *çap olunmuş mətnlərdə edilmiş düzəlişlərin disketə köçürüldüyünə əmin olun;*
- *fikir verin ki, materialın yüksək səviyyəli redaktəsi üçün tələb olunan vəsait və vaxt müəyyən olunmuş büdcə və qrafikə uyğun olsun, əgər uyğun gəlmirsə, müvafiq tədbir görün;*
- *layihə başa çatdıqdan sonra onu nəzərdən keçirin, qrafik, büdcə və keyfiyyətlə bağlı qarşıya çıxmış problemləri müəyyən edin;*
- *layihədə iştirak edən adamlarla konstruktiv əlaqələr yaradın;*
- *qiymətləndirmə zamanı əvvəlki layihələrdə əldə etdiyiniz*

təcrübəni nəzərə alın;

- ☛ *layihənin məzmunu ilə bağlı hüquqi amilləri yoxlayıb mübahisəli faktları müəyyən edin;*
- ☛ *tələb olunan hüquqi tövsiyələri nəzərə alın və əlaqədar şəxslərin nəzərinə çatdırın;*
- ☛ *materialların təqdim edilməsi və mətn üzərində iş prosesində müəlliflərin hüquq və vəzifələrini onlara başa salın;*
- ☛ *mətnə və illüstrasiyalarda düzəlişlər və dəyişikliklər edərkən nəşriyyatın müqavilədən doğan səlahiyyəti və məsuliyyətini nəzərə alın və gələcəkdə heç bir hüquqi tənziqləməyə zərurət yaranmayacağına əmin olun;*
- ☛ *işlə bağlı bütün müqavilələr və lazımi sənədlərlə diqqətlə tanış olun;*
- ☛ *nəşriyyat layihəsinin hər bir hissəsi üzrə müvafiq əməkdaşlarla məsləhətləşin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ☛ *tələb olunan resursların bazar qiymətləri;*
- ☛ *büdcəyə və qrafikə təsir edən amillər və onlara nəzarət;*
- ☛ *tələb olunan keyfiyyətə nail olmaq üçün spesifik işlərin yerinə yetirilməsində zəruri olan qabiliyyətlər;*
- ☛ *konkret layihə ilə əlaqədar kimlərdən və hansı materiallar alınmalıdır;*
- ☛ *həcm, məzmun, struktur və keyfiyyətlə bağlı müqavilə göstəriciləri;*
- ☛ *kitabın ünvanlandığı oxucu kütləsi və onun tələbləri;*
- ☛ *istifadə olunacaq istehsal prosesi;*
- ☛ *mətnin formatlaşdırılması və disketdəki faylların indeksləşdirilməsi üçün razılışdırılmış qaydalar;*
- ☛ *sərəncamınızda olan büdcə;*
- ☛ *hər bir işin qiymətləndirilməsi üçün istifadə olunan meyarlar;*
- ☛ *nəşr proseduru və proseslərin texniki imkanları;*

- ✦ *kiminlə necə əlaqə saxlamaq lazımdır;*
- ✦ *əlaqə yolları hansılardır;*
- ✦ *hər bir layihənin tərtibat və istehsal spesifikasiyası;*
- ✦ *işə dair spesifikasiyanı necə hazırlamalı;*
- ✦ *layihə iştirakçıları ilə əlaqələri necə qurmalı;*
- ✦ *böhtan, plagiat, saxtakarlıq, səhlənkarlıq, milli və dini nifrət, habelə müqavilənin pozulması anlayışları;*
- ✦ *müəlliflik hüququ ilə bağlı Azərbaycan Respublikasının qanunları və ölkənin qoşulduğu beynəlxalq konvensiyalar;*
- ✦ *müəlliflərin hüquq, məsuliyyət və imtiyazları;*
- ✦ *şirkətin və müəlliflərin müqavilə öhdəlikləri;*
- ✦ *müəlliflik hüququnun alınması üçün şirkətdaxili qaydalar, müqavilə və məktubların tərtib edilməsi və icazə alınmasının prosedur qaydaları;*
- ✦ *müəlliflik hüququnun alınması və lisenziya üçün vəsait ödənməsi ilə bağlı şirkətin məsuliyyətləri;*
- ✦ *hüquqi məsləhət üçün mövcud mənbələr;*
- ✦ *hüquqi məsələlərdə və materialda dəyişiklik edilməsinə görə sizin şəxsi məsuliyyətinizin hüdudları.*
- ✦ *hüquqi məsələləri necə yoxlamalı və nəzarətdə saxlamalı.*

NƏŞRİYYAT QRAFİKLƏRİNİN TƏRTİBİ VƏ ONA NƏZARƏT

Tövsiyələr:

- ☛ *hər bir layihədə nəşriyyat işinə təsir edə bilən amilləri müəyyənləşdirin;*
- ☛ *müəllifi və nəşr layihəsinin digər iştirakçılarını nəşr işlərinin qrafiki ilə tanış edin və qrafikin pozulma təhlükəsi yarandıqda buna dərhal reaksiya verin;*
- ☛ *hər bir layihədə icra olunacaq nəşriyyat işlərinin ardıcılığını müəyyən edin;*

- ☛ hər bir layihə üçün nəşriyyat işlərinin real və dəqiq qrafikini tutun;
- ☛ layihənin icra qrafikini tərtib edərkən ümumi nəşriyyat proqramının tələblərini nəzərə alın;
- ☛ layihəyə cəlb olunmuş hər bir şəxsin öz məsuliyyət və vəzifəsini dərk etdiyinə və öhdəliklərini yerinə yetirdiyinə əmin olun;
- ☛ materialların təhvil-təslimini nəzarətdə saxlayın.
- ☛ qrafikdən kənara çıxma hallarını dərhal qeydə alın, xərcləri artırmadan və keyfiyyətə zərər vurmadan gecikmələrin qarşısını almaq, yaxud azaltmaq üçün tədbir görün;
- ☛ qrafikin dəyişdirilməsini müvafiq şəxslərin nəzərinə çatdırın.

Zəruri bilik və vərdislər:

- ↳ qrafik tutmağın prinsipləri;
- ↳ qrafik və sürüşkən (dəyişən) qrafik nədir, nəşriyyatda planlaşdırma işini necə qurmaq lazımdır;
- ↳ ümumi nəşriyyat proqramı;
- ↳ hər bir nəşriyyat layihəsi üçün təqdim edilmiş materialların forma və xüsusiyyətləri;
- ↳ nəşrin ünvanlandığı oxucu auditoriyası və onun tələbləri;
- ↳ hər bir layihənin büdcəsi;
- ↳ layihədə iştirak edən adamlarla əlaqə formaları;
- ↳ müəllifi və digər əlaqədar şəxsləri istənilən vaxt tapmaq imkanı;
- ↳ redaktə işləri və bunları yerinə yetirmək üçün lazım olan müddət;
- ↳ tərtibat (dizayn) və istehsal prosesi, bunun üçün lazım olan müddət;
- ↳ gecikmələrin səbəbi;
- ↳ işin gedişinə müntəzəm nəzarət formaları.

BÜDCƏ VƏ ONA NƏZARƏT

Tövsiyələr:

- ☛ *tələb olunan işlərin qiymətini müəyyən edin;*
- ☛ *mütəxəssislərlə büdcə çərçivəsində danışıqlar aparın;*
- ☛ *redaksiya fəaliyyətində hər bir şəxsin iştirakını əməyin həcminə və keyfiyyətinə görə qiymətləndirin;*
- ☛ *nəşr layihəsi üçün faydalı olan şərt və qaydalar müəyyən edin;*
- ☛ *büdcənin imkanlarını öyrənin və nəşr materiallarını təqdim edənlərlə qiymətləri razılaşıdırarkən bu imkanları nəzərə alın;*
- ☛ *layihə iştirakçıları ilə hüquq və öhdəlikləri razılaşıdırarkən konkret layihənin və ümumiyyətlə nəşriyyatın iqtisadi mənfeyini nəzərə alın;*
- ☛ *büdcədən kənara çıxma hallarını dərhal qeydə alın, əlaqədar şəxslərlə məsləhətləşin, layihəni gecikdirmədən və keyfiyyətinə zərər vurmada izafi xərclərin qarşısını almaq üçün tədbirlər görün;*
- ☛ *malyyə qəbzlərinin düzgünlüyünü yoxlayın;*
- ☛ *qrafik və tələb olunan keyfiyyət müqabilində lazım olan işlərin icrası üçün ayrılmış büdcənin və resursların müvafiqliyini yoxlayın;*
- ☛ *səmərəli planlaşdırma və danışıqlar vasitəsilə layihələrin xərclərini optimallaşdırmağa çalışın;*
- ☛ *layihənin qrafikində fərdi tapşırıqların və bütövlükdə layihənin icra mərhələlərini əks etdirin;*
- ☛ *redaksiya xərclərini rəhbərliklə razılaşıdırın.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ♣ *hər bir layihədə icra olunacaq müvafiq nəşriyyat işləri;*
- ♣ *hər bir layihənin fərqli tərtibat və istehsal spesifikasiyası;*
- ♣ *yiğilməyə verilən materialın elektron nüsxəsi və makina nüsxəsi üzərindəki işin mahiyyəti, fərqi və büdcəyə təsiri;*

- ↳ *nəşriyyat işləri və resurslar üçün bazar qiymətləri, layihənin icrası dövründəki əlavə xərclər;*
- ↳ *maliyyə məlumatlarını necə toplamalı, hazırlamalı və təqdim etməli;*
- ↳ *büdcəyə cavabdeh şəxslərlə əlaqə formaları;*
- ↳ *razılaşıdırılmış büdcənin məbləği;*
- ↳ *nəşriyyatın büdcə imkanları;*
- ↳ *şirkətin, müəlliflərin, nəşr materiallarını hazırlayanların müqavilə üzrə hüquq və öhdəliklərinin maliyyə ifadəsi;*
- ↳ *layihə büdcəsini razılaşıdırmağa səlahiyyəti çatan şəxslər;*
- ↳ *layihənin icra qrafikinə görə büdcə məsrəflərinin mərhələləri;*
- ↳ *iş prosesinə nəzarəti necə qurmalı, müntəzəm hesabatı necə almalı;*
- ↳ *maliyyə məlumatlarını necə toplamalı, hazırlamalı və təqdim etməli.*

NƏŞR İŞLƏRİNİN KEYFİYYƏTİNƏ NƏZARƏT

Tövsiyələr:

- *nəşr məhsulunun yüksək keyfiyyətinə nail olmaq üçün layihə iştirakçılarını kifayət qədər informativ materiallarla təmin edin;*
- *nəşriyyat işlərinin yüksək səviyyədə icrası üçün büdcə və qrafik nəzərə alınmaqla lazım olan resursları müəyyənləşdirin;*
- *nəşriyyat işində təcrübəsi olan mütəxəssislər tapın;*
- *layihədə iştirak edən adamların (xüsusilə ilk dəfə əməkdaşlıq etdiyiniz) peşəkarlığı və iş keyfiyyəti barədə informasiya əldə edin.*
- *verilmiş göstərişlərə əməl edildiyini, materialın sonrakı proses üçün hazır olduğunu müəyyənləşdirməkdən ötrü qəbul etdiyiniz işi diqqətlə yoxlayın;*
- *redaktə olunmuş materialda faktiki göstəricilərin dəqiqliyinə, strukturun optimallığına, məzmun ardıcılığına və qanunvericilik*

tələblərinə əməl olunduğuna diqqət yetirin;

- ☛ *nəşrin mətni ilə əlyazma mətni arasındakı ciddi fərqlərin müəlliflə razılaşdırıldığına əmin olun;*
- ☛ *razılaşdırılmış düzəlişlərin mətndə və tərtibatda öz əksini tapdığına əmin olun;*
- ☛ *vahid üslubun gözlənilməsinə əmin olun;*
- ☛ *əmin olun ki, düzəlişlər müəllif və ya əlaqədar şəxslər tərəfindən edilib;*
- ☛ *müvafiq keyfiyyətə cavab verməyən işləri müəyyənləşdirin, onları çıxardaş etməyin meyarlarını dəqiq işləyib hazırlayın və icraçının nəzərinə çatdırın.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ♣ *kitabın və nəzərdə tutulan oxucu kütləsinin xüsusiyyət və tələbləri;*
- ♣ *hər işin spesifikasiyasına uyğun göstəriş və tapşırıqlar, müvafiq keyfiyyət meyarları;*
- ♣ *qrafik nədir, gecikmələrin səbəbi;*
- ♣ *nəşr materiallarının xüsusiyyətləri;*
- ♣ *kitabın və nəzərdə tutulan bazanın xüsusiyyət və tələbləri;*
- ♣ *müəllif-nəşriyyat münasibətləri ilə bağlı mövcud qanunvericilik;*
- ♣ *qəbul edilmiş korrektura işarələri və onların tətbiq edilməsi;*
- ♣ *üslub, orfoqrafiya və qrammatika;*
- ♣ *korrektura düzəlişlərində redaktə, dizayn, bütçə və qrafik amilinin nəzərə alınması;*
- ♣ *layihədə iştirak edən adamlarla əlaqələrin qurulması;*
- ♣ *nəşr layihəsinin məzmunu və bunun üçün lazım olan material (mətn, illüstrasiya, informasiya mənbələri və s.);*
- ♣ *nəşr materiallarının mənbələri;*
- ♣ *layihə iştirakçılarının fərdi qabiliyyət və təcrübəsi;*
- ♣ *dizayn və istehsal prosesinin spesifikasiyası;*

- ↳ *fərdi tapşırıqların və bütövlükdə layihənin qrafikləri;*
- ↳ *nəşriyyat işləri və resursları üçün bazar qiymətləri, nəşriyyatın aylıq əlavə xərcləri;*
- ↳ *başqaları ilə səmərəli danışıqların necə aparılması.*

KİTAB MARKETİNQİ

Marketing və Azərbaycanda kitab bazarı

Marketing anlayışının nəzəriyyədə yüzlərlə tərfi var. Sadə dildə desək, marketing - məhsulun (xidmətin) istehlakçıya çatdırılması (satılması) üçün həyata keçirilən tədbirlər kompleksidir. Buraya sadəcə olaraq məhsulun anbardan götürülüb mağaza vitrinlərinə yığılması deyil, istehlakçını bu malı almağa təhrik edən tədbirlər də daxildir:

- *bazarın araşdırılması, istehlakçı tələbatının öyrənilməsi;*
- *məhsulun müxtəlif kütləvi informasiya vasitələrində müntəzəm reklamları;*
- *məhsul nümunələrinin müxtəlif tədbirlərdə pulsuz paylanması;*
- *topdansaş alıcıların müxtəlif yollarla həvəsləndirilməsi;*
- *məhsulun yerlərdə satışının düzgün və səmərəli şəkildə qurulması və s.*

Azərbaycanda kitab nəşrinin və yayımının çağdaş durumunun araşdırılması və bu sahədə tövsiyələrin hazırlanması bu kitabın məqsədinə daxil olmasa da, məhz bu fəsildə biz ölkədə kitab yayımı sahəsində yaranmış vəziyyətin təhlilindən yan keçə bilməyəcəyik, çünki kitab marketingi üzrə son nəzəri konsepsiyalar bu gün Azərbaycan nəşirləri və kitab satıcılarına qeyri-real görünə bilər.

Uzun müddət "Azərkitab" və "Kəndkitab" deyilən dövlət qurumları bütün nəşriyyatlar üçün bir növ marketing şöbəsi rolunu oynayırdı. Kitablarnın qiyməti və tirajı ilə bağlı bu qurumların tövsiyələri nəşriyyatlar tərəfindən əsas götürülürdü. Doğrudur, bir çox nəşriyyatlarda kommersiya şöbəsi və ya kommersiya direktoru olurdu, lakin onun səlahiyyətinə tədqiqatçılıq, təşəbbüskarlıq daxil deyildi. Onlar adətən satış təşkilatları və nəşriyyatın firma mağazaları ilə

əlaqəyə nəzarət edirdilər.

“Azərkitab” iflic vəziyyətinə düşən kimi onunla işləyən dövlət nəşriyyatlarının da “əl-qolu bağlandı”. Bu, bir daha marketing-satış işinin hər bir şirkət üçün nə qədər vacib olduğunu sübut edir. Hazırda “Azərkitab” dövlət tərəfindən ləğv olunub və əvvəllər dövlət sifariş əsasında işləyən, indi isə özəlləşmiş nəşriyyatların yaxın zamanda öz fəaliyyətini bazar iqtisadiyyatının tələblərinə uyğun quracağına və birdən-birə bu bazarda uğur qazanacağına ümid azdır.

Bu gün Azərbaycanda fəaliyyət göstərən nəşriyyatları marketing strategiyası baxımından üç qismə bölmək olar:

1. *Sifarişlə işləyən nəşriyyatlar.* Sözün əsl mənasında bu şirkətlərə və ya onların sahiblərinə naşir demək olmaz, çünki onlar nəşri özləri maliyyələşdirmirlər, riskə getmirlər, bilavasitə oxucuya kitab təklif etmirlər. Onlar reklam-nəşriyyat şirkəti prinsipi ilə işləyərək sadəcə nəşriyyat xidmətləri göstərirlər və nəşrin qiymətini ödəmə qabiliyyəti olan sifarişçi axtarırlar. Əslində burada naşir rolunda sifarişçi özü iştirak edir.

Bu zaman kitabın (nəşrin) hərəkətini aşağıdakı sxemlə göstərmək olar:

Sifarişçi → *naşir* → *sifarişçi* → *oxucu*.

2. *Sponsorluq hesabına kitab nəşr edən nəşriyyatlar.* Birincilərdən fərqli olaraq bu nəşriyyatlar nəşrin konsepsiyasını özləri hazırlayır və sonradan onun xərcini ödəmək üçün sponsor tapırlar. Adətən bu cür kitabların bütün tirajının paylanması üzrə bütün məsələlər sponsor tərəfindən müəyyən olunur. Buna görə də naşir oxucu bazarının öyrənilməsində maraqlı olmur. Bu cür kitablar yüksək poliqrafiya və tertibat keyfiyyətinə malik olurlar, lakin onların nə dərəcədə oxucu tələbatına cavab verdiyini heç kim deyə bilməz, çünki onlar, bir qayda olaraq, bazara çıxarılmır.

Bu nəşrlərin hərəkət sxemi yalnız onunla fərqlənir ki, burada təşəbbüskar nəşriyyat olur:

Naşir → *sponsor* → *naşir* → *sponsor* → *oxucu*.

3. *Nəhayət, üçüncü tip nəşriyyatlar.* Bunlar vəziyyətin bütün çətinliyinə baxmayaraq, beynəlxalq aləmdə qəbul olunmuş naşirlik

standartlarına uyğun fəaliyyət göstərməyə çalışırlar. Onlar bacarıqları qədər bazarı tədqiq edir, oxucu tələbatlarına uyğun nəşr planı hazırlayır, bu plana müvafiq nəşriyyat kollektivi formalaşdırır, sərmayə qoyur, kitab nəşr edir və onu oxucu bazarına çıxarırlar.

Bu zaman nəşrin hərəkəti bazar prinsiplərinə uyğun sxemlə gedir:

Müəllif → *nəşriyyat* → *yayıcı* → *oxucu bazarı*.

Aydındır ki, kitab bazarının inkişafı üçün məhz üçüncü tip nəşriyyatların çoxalması və güclənməsi gərəkdir. Hələlik onların kitabları poliqrifik keyfiyyət baxımından "axsayır", bu da, görünür, oxucu bazarının iqtisadi durumu ilə bağlıdır.

Bir sıra nəşirlər var ki, yuxarıda adı çəkilən sxemləri öz fəaliyyətlərində birləşdirirlər. Azərbaycanda nəşriyyat işinin bu günkü reallığı belədir.

Kitaba tələbatın yaranması və inkişafı

Bir çox nəşirlər bazarla işləməməyin səbəbini oxucuların maddi vəziyyətinin və ümumiyyətlə kitaba olan marağın aşağı səviyyəsi ilə izah edirlər. Bu, nə dərəcədə düzgün arqumentdir? Bir sıra primitiv statistik göstəricilərə (mobil telefonların, şəxsi avtomobillərin sayı və s.) əsaslanaraq demək olar ki, tələbat olduğu halda əhəlinin böyük bir qisminin kitab almağa maddi imkanı var. Deməli, qalır oxucu marağı. Bunu araşdırmaq üçün gəlin marketinq nəzəriyyəsinə müraciət edək.

İstehlakçının mala və xidmətə olan tələbatının yaranması və inkişafını aşağıdakı sxem şəklində göstərmək olar:



Mala tələbat birinci mərhələdə obyektiv surətdə mövcuddur, lakin o, hələ gələcək istehlakçının şüuruna daxil olmayıb. Yəni mal insanın həyatını yaxşı tərəfə dəyişə bilər, buna görə də sadəcə olaraq zəruridir, lakin bu zərurət hələ dərk edilməyib. Bəzən isə malın və ya xidmətin mövcud olması faktının özü və ya onun müəyyən tələbatı ödəyə bilən xüsusiyyətləri istehlakçıya məlum deyil. Təsəvvür edin ki, soyuducunun nə olduğunu bilməyən bir Afrika qəbiləsinin mağazasında soyuducular peyda olub. Əgər sakinlər bu "ağ yeşilin" onların məişət həyatını necə dəyişdirəcəyini bilmirlərsə, onu alarlar mı?

İstehlakçı çox mühafizəkar varlıqdır. Onu indiyə kimi istifadə etməyi predmetə alışdırmaq, bu predmeti əldə etməyin vacibliyinə inandırmaq, hələ üstəlik bunun üçün müəyyən məbləğdə pul ödəməyə sövq etmək müşkül işdir. Amma istehlakçıda indiyədək eşitməyi adlara, zəif də olsa, ilkin maraq oyatmaq, marketing dili ilə desək, insanı mala doğru çevirmək çox əziyyətli olsa da, vacib vəzifə və gələcək uğurun əsasıdır.

Əvvəlcə obyektiv mövcud olan tələbat ikinci mərhələdə dərk edilir. Bu zaman artıq insan başa düşür ki, həyatda ona konkret olaraq nə çatmır, bu tələbatı ödəmək üçün indi o, pul da verməyə hazırdır və yalnız seçmək qalır - hansı mala və niyə məhz həmin mala üstünlük vermək. Bundan sonra istehlakçı tələbatını ödəmək üçün müvafiq malı axtarır, tapır, ondan istifadə edir, onu qiymətləndirir və əgər xoşuna gəlirsə bu malın və analoji malların daimi istehlakçısına çevrilir.

Bu gün Azərbaycan oxucusu "dərk edilmiş tələbat" mərhələsindədir. Müəllimlər və şagirdlər daha gözəl və nəfis tərtib olunmuş dərsliklər gözləyirlər, teleseriallardan doymuş evdar qadınlar belletristika, melodramatik əsərlər oxumaqdan imtina etməzdilər, yeni işə başlayan mütəxəssislər öz ixtisasları üzrə vəsait əldə etməyə başlayırlar... Lakin bazar tələbatının böyük bir hissəsi ödənilmir və beləliklə, tələbatın inkişafı yarıda qırılır.

Kitaba, yazara maraq birdən-birə yaranmır. Azərbaycanda yaşlı və orta nəsil 70-80-ci illər oxucusunu yaxşı xatırlayır. Bu oxucunun sevimli yazıçısı, sevimli əsəri, sevimli ədəbi qəhrəmanı var idi. Sevimli yazarının növbəti əsəri haqda o, əvvəlcədən mətbuatdan xəbər tutur və bu kitabı səbirsizliklə gözləyirdi, çoxcildli kitab seri-

allarına abunə yazılmaq üçün gecə səhərə kimi növbədə durmağa hazır idi. O dövrdə doğrudan da maraqlı kitablar nəşr olunurdu, qəzetlərin, demək olar, hər nömrəsində yeni kitablar haqqında resenziyalar dərc olunurdu, kitab problemlərinə həsr olunmuş tele, radiorubrikalar var idi. Bütün bunların olmadığı bir zamanda kitaba marağın zəifləməsinə təəccüblənməyə dəyərmə?

Hazırda Azərbaycanın kitab bazarında qapalı dairə yaranmışdır: nəşirlər "kitab satılmır" deyərək bazar tələbatına uyğun bir şey buraxmırlar, kitab satıcıları isə yerli nəşirlərdən üz döndərərək bazarı Rusiya kitabları ilə doldururlar və yalnız rusdillil oxucuların tələbatını ödəyə bilirlər. Məhz buna görə də Azərbaycanda rusdillil oxucunun daha fəal olması da təəccüb doğurmur.

Bütün bunlar bir daha sübut edir ki, Azərbaycanda kitab bazarının indiki durumunda ən vacib məsələ kitabın təbliği və oxucu marağının dirçəldilməsidir ki, bu iş nəşirlərin iştirakı ilə dövlət miqyasında aparılmalıdır.

Bu gün bazarda Azərbaycan kitabının rus kitabı ilə rəqabətə davam gətirməməsi həm də nəşirlərimizin peşəkarlıq xüsusiyyətləri ilə bağlıdır. Onların bir çoxu nəşriyyat proseslərini gözəl bilən redaktor, dizayner, poliqrafçılardır. Lakin bu gün Azərbaycanda oxucu tələbatını yaxşı bilən və bazarda işləməyi bacaran nəşir-biznesmenlər azlıq təşkil edir. Rusiya nəşriyyat bazarı ilə müqayisə üçün deyək ki, 80-ci illərin sonunda Moskva metrolarında kitab satışı təşkil edən bir sıra bacarıqlı kitab ticarətçiləri 90-cı illərin birinci yarısında özləri nəşriyyatlara kitab sifariş etməyə başladılar, əsrin sonunda isə bazarda uğurla fəaliyyət göstərən iri nəşriyyat sahiblərinə çevrildilər. Bəlkə də məsələnin kökünü məhz burada axtarmaq lazımdır: Rusiya nəşirləri kitab-nəşriyyat işinə bazardan gəliblər, Azərbaycan nəşirləri isə - elmdən, ədəbiyyatdan, incəsənətdən, poliqrafiyadan. Lakin Rusiya nəşirləri tez bir zamanda nəşriyyat işinin xüsusiyyətlərini mənimsədilər, Azərbaycan nəşirləri isə bazar işini öyrənməkdə gecikirlər.

İndi isə keçək sırf marketinq problemlərinə.

Kitabın tirajının və qiymətinin müəyyən edilməsi

Bizdə belə bir təsəvvür formalaşmış ki, nəşriyyatda marketing işləri nəşrin tirajı hazır olduqdan sonra başlayır. Əslində marketing şöbəsi şirkətdə bəlkə də yeganə qurumdur ki, bütün başqa şöbələrin işinə müdaxilə edir, onlar üçün məlumatlar və tövsiyələr hazırlayır.

Marketing kitabın seçilməsindən başlanır. Nəyi nəşr etməyi qərara almaq şirkətdən ən çox səriştə və məsuliyyət tələb edən məsələlərdən biridir. Seçim bazarda nəzərdə tutulan nəşrə tələbatla müəyyənləşdirilməlidir, bunun üçün isə alıcıların kimlər olacağını bilmək lazımdır. Bu cür bilgi kitab yayıcılarına düzgün şəkildə təqdim olunmalıdır ki, onlar bazar xidmətini səmərəli qaydada təşkil edə bilsinlər. Bazar xidməti aşağıdakı yollarla reallaşdırılır:

təbliğət (reklam) - kitab haqqında məlumat yaymaq və potensial alıcını həmin kitabı kitab mağazalarında və digər yerlərdə axtarmağa sövq etmək;

paylaşdırma - kitabları nəşriyyatdan götürmək və onları müştərilərin tələb etdikləri miqdarda satış məntəqələrinə göndərmək;

satış - kitabların oxuculara çatdırılması.

Bu əməliyyatların qərar qəbul edən şəxslərin özləri və ya onların əməkdaşları tərəfindən reallaşdırılması şirkətin böyüklüyündən və nəşr olunacaq kitabların sayından asılıdır. Xırda şirkətlərdə il ərzində cəmi bir neçə kitabla bağlı qərarlar iki-üç nəfərin iştirakı ilə həyata keçirilə bilər.

Nəşr olunacaq kitabların bazara çıxarılması ilə bağlı qərarlar aşağıdakı məsələləri əhatə etməlidir:

- *nəşrin tirajı;*
- *satış qiyməti;*
- *potensial alıcılar;*
- *kitab yayıcıları üçün satış güzəştləri.*

Bu məsələləri əhatə edən qərarlar kitab nəşrinin hansı mərhələsində qəbul olunmalıdır? Sözsüz ki, ilkin qərarlar müəllif əlyazmasının nəşriyyat tərəfindən qəbul edilməsi mərhələsində verilir. Ümumiyyətlə, əlyazmanın qəbul olunub-olunmamasında marketing şöbəsinin mütəxəssislərinin sözü həlledici rol oynayır - satış

qabiliyyəti olmayan kitab ümumiyyətlə qəbul olunmur. Tirajın planlaşdırılması üçün əvvəllər buraxılmış analoji kitabların satış göstəriciləri meyar rolunu oynaya bilər. Tiraj və qiymətlə bağlı qəti qərarlar isə nəşrin maketi hazır olduqdan sonra marketinq menecerinin əsaslandırılmış təklifi əsasında rəhbərlik tərəfindən verilir. Bu əsaslandırma isə aşağıdakı maddələrdən ibarət ola bilər:

- *Təklif edilən kitabın əsas oxucu auditoriyası.* Sözsüz ki, şirkəti maraqlandıran - potensial oxucuların sayıdır. Lakin bu sayı müəyyən etmək üçün nəzərdə tutulan auditoriyanın yaşını, cinsini, savadlılıq səviyyəsini və bir sıra digər parametrləri bilmək lazımdır;

- *Hansı təşkilatlar - kitabxanalar, elm-təhsil ocaqları və s. - kitabın alıcısı qisəmində çıxış edə bilər?* Tirajın hansı hissəsini bu təşkilatlara satmaq olar?

- *Analoji (buna oxşar) kitab indiyə kimi bazarda olubmu?* Əgər olubsa, onun bazar qabiliyyəti və indi təklif olunan kitabdan fərqləri haqda maksimum məlumat olmalıdır: a) həmin kitab bazarda hansı müddətdə mövcud olmuşdur? b) indi o köhnəlmişdirmi? c) onun tirajı və qiyməti; ç) indi təklif olunan kitabla əvvəlkinin fərqləri - bütün parametrlər (həcm, tərtibat keyfiyyəti, müəllifin nüfuzu və s.) üzrə üstün və fərqli cəhətləri;

- *Təklif olunan kitabı təbliğ etmək üçün hansı reklam-marketing tədbirləri həyata keçirilməlidir;* bu tədbirlər neçəyə başa gələ bilər (bu xərclər kitabın maya dəyərində daxil olur)?;

- *Kitabın ucqar vilayətlərə çatdırılması üçün nəqliyyat xərcləri nə qədərdir?;*

- *Ticarət şirkətləri üçün hər bir ərazidə qəbul olunmuş satış güzəştləri nə qədərdir?*

Satış üzrə menecerlər bu informasiyanı nəşriyyat rəhbərliyi üçün hazırlanan hesabatda daxil etməlidirlər.

Bu informasiya marketinqlə məşğul olan şəxslərə verilməlidir. Onların müəyyən əlavə fikirləri ola bilər, lakin kitabın nəşri ilə bağlı şirkətin qəbul etdiyi qərarlar əsas kimi götürülməlidir.

Bir sıra iri şirkətlər əsas tirajdan əvvəl sınaq tirajı buraxırlar. Bu, kitabın bazardakı uğuru, onun rəqabət qabiliyyəti haqda dəqiq məlumat almağa, onun tirajını və qiymətini maksimum dəqiqliklə tənzimləməyə imkan verir. Lakin sınaq tirajı - kifayət qədər baha başa gələn vasitədir.

Marketing üzrə menecerin planında aşağıdakı cəhətlər əks olunmalıdır:

1. *Satışa nə çıxarılır - kitabın özü, yoxsa onun nəşr hüquqları ("görünməyən" gəlir mənbələri)?*

2. *Kitabı bütün münasib yerlərdə reklam etdirmək. Əgər kitab doğrudan da unikaldirsə, yəni bu tipdən olan ilk nəşrdirsə, cəld hərəkət etmək və onun operativ satışını təşkil etmək lazımdır. Əks halda kim isə tezliklə rəqabət təklif edə bilər.*

3. *Rəqabəti udmaq. Əgər kitab unikal deyilsə, o zaman sərfəli satış qiyməti seçilməlidir - bu kitaba həmin qəbildən olan kitablardan daha ucuz qiymət qoymaq lazımdır.*

Öz korporativ məqsədlərinə çatmaq üçün nəşriyyat firması aşağıdakı işləri görməlidir:

- *öz işçiləri üçün stimullaşdırıcı şərtlər işləyib hazırlamaq;*
- *ticarətçilərin və digər nəşirlərin hörmət və əməkdaşlığını qazanmaq, bu əməkdaşlığın hər iki tərəf üçün sərfəli formasını və şərtlərini işləyib hazırlamaq;*
- *firmanın davamlı maliyyə uğurunu təmin etmək məqsədi ilə qoyulmuş kapitaldan yetərincə gəlir götürmək.*

Şirkətin bazardakı uğuru ən yaxşı müəllifləri cəlb etməyə, onlara rəqiblərlə müqayisədə daha sərfəli şərtlər təklif etməyə imkan verir. Bu isə son nəticədə şirkətin iqtisadi gücünü təmin edir.

Kitab bazarının müəyyənləşdirilməsi

Bazar müəyyən tələbatları olan istehlakçılar deməkdir; tələbat özü isə təhlilin ilk istinad nöqtəsidir. Ona görə də nəşr layihəsinə başlayan zaman ilk növbədə bazarı diqqətlə nəzərdən keçirmək lazımdır.

Yaxşı naşiri fərqləndirən əsas cəhət bazardakı boşluğu görmək və bu boşluğu münasib qiymətlə kifayət qədər kitabla doldurmaqdır. Bazarın nəzərdən keçirilməsi ora girməyin müxtəlif yollarını tapmağı da nəzərdə tutur.

Hər bir işdə olduğu kimi, nəşriyyat işində də səhv buraxıb, sonra həmin səhvləri saf-çürük etməkdənsə, başqalarının səhvlərindən nəticə çıxarmaq daha sərfəli təcrübə ola bilər. Bu baxımdan bazardakı rəqiblərin uğurlarının və uğursuzluqlarının səbəblərini təhlil et-

məklə bazar haqqında geniş bilik əldə etmək mümkündür. Bazarın tədqiqi işinin böyük bir hissəsi rəqibin mövqeyinin dərk edilməsi ilə bağlıdır.

Kitab satışı şirkətləri və alıcı təşkilatlar nəşriyyatla oxucu arasında körpü rolunu oynayır. Nəşriyyatın real gəlirlərini formalaşdıran da onlardır. Bu təşkilatların və şəxslərin oxucu zövqü və bazar tələbatı haqqında öz fikirləri var və bu fikirlər nəşriyyatın mövqeyi ilə üst-üstə düşməyə də bilər. İstənilən halda nəşriyyatlar öz tərəfmüqabillərinin ağılabatan təkliflərini nəzərə almalıdır. Əvvəla, bu şəxslər (hüquqi və ya fiziki) birbaşa oxucu ilə işləyir və onun tələbatındakı meylləri daha yaxşı izləyirlər. İkincisi, həmin şəxslərin və ya institutların alıcılıq siyasəti onların bazar haqqındakı təsəvvürləri əsasında formalaşır, ona görə də nəşriyyat bu siyasətlə hesablaşmalı olur.

Hər bir istehlak məhsulu ilkin buraxılış, artım, zirvə və, nəhayət, tənəzzül mərhələlərindən keçir. Kitabdan söhbət gedərkən nəşir bu mərhələlərin vaxtını qabaqcadan proqnozlaşdırmalı və hər bir mərhələ üçün öz tədbirlər planını hazırlamalıdır: ilkin buraxılış dövründə hansı reklam-marketinq tədbirləri həyata keçirilməlidir, kitabın bazardakı "zirvə" dövrünü necə uzatmaq olar, təkrar nəşrə, bu nəşrdə dəyişikliklərə ehtiyac varmı və s. Bu tədbirlər kapital qoyuluşunun tez bir zamanda özünü doğrultmasına və şirkətə əlavə gəlirlər gətirməsinə yönəlməlidir.

Satış prosesinin müxtəlif mərhələləri bir-birindən fərqləndirilməli və satış kampaniyası planlı şəkildə aparılmalıdır.

Kitabın təkrar nəşrinə qərar vermək üçün onun birinci nəşrinin taleyini təhlil etmək lazımdır:

- *Real satış tarixçəsi nədən ibarət olmuşdur?*
- *Ən yüksək satış səviyyəsinə nail olmaq üçün neçə ay vaxt lazım gəlmişdir?*
- *Ən yüksək satış səviyyəsini hansı müddət ərzində saxlamaq mümkün olmuşdur?*
- *Bazardakı tənəzzül dövrü nə qədər davam etmişdir?*
- *İndi də bu nəşrə tələbat varmı?*
- *Satış məntəqələri hansılar olmuşdur?*
- *Hansı satış məntəqələrində və nə üçün bu kitab daha yaxşı satılmışdır?*

• *Kitabın geri qaytarılması halları olmuşdurmu və əgər olmuşdursa, bunun səbəbləri nə idi?*

• *Birinci və ikinci nəşr arasındakı dövrdə bazarda hansı dəyişikliklər baş vermişdir?*

Dəyişikliklər sırasına orta inflyasiya artımı ilə bağlı kitabın qiymətində və əhalinin alıcılıq qabiliyyətində olan dəyişikliklər, texnoloji və sosial dəyişikliklər, məktəb proqramında dəyişikliklər və s. daxildir. Şübhəsiz ki, nəşirlər başqa dəyişikliklərlə də rastlaşa bilərlər.

Kitab bazarlarının iki geniş sektoru mövcuddur:

1) *özəl sektoru təmsil edən alıcı - ayrı-ayrı şəxslər, kitab mağazaları, özəl təşkilatlar.*

2) *dövlət sektorunu təmsil edən alıcı - hökumət, məktəblər, kitabxanalar, nazirliklər.*

Bir sıra sektorlarda, məsələn, təhsil sektorunda hökumət əsas alıcıdır. Onun alıcılıq strategiyasında vaxtın və pulun əhəmiyyətini dərk etmək olduqca mühümdür:

• *Büdcələr nə zaman, hansı müddətə və hansı səviyyələrdə müəyyənləşir?*

• *Sistem daxilində pul nə vaxt əlçatan olur və o, hansı müddətə qədər xərclənməlidir?*

• *Tender sistemi mövcuddurmu və əgər mövcuddursa, onun qaydaları və sənədləşdirilməsi necədir?*

• *Paylaşdırma zənciri necədir, sənədləşməni kim aparır və məhsulun lazım olan məntəqələrə çatdırılması işi necə yerinə yetirilir?*

Bir sıra nəşriyyatlar bu və ya digər mövzu sahələri üzrə ixtisaslaşır. Hətta "universal" sayılan nəşriyyatların da öz "sevimli" mövzu dairələri olur. Bu cür ixtisaslaşmanın nəşriyyat üçün bir sıra üstünlükləri var. Əvvəla, nəşriyyat kollektivi - redaktorlar, dizaynerlər və b. müvafiq mövzunun dil və üslubunun, bu mövzuda kitabların tərtibatının bilicisinə çevrilirlər. İkincisi, marketing işçiləri üçün bazarda oriyentasiya asanlaşır - onlar öz daimi oxucu auditoriyalarını tanıyırlar, uyğun kitabların birgə reklamını təşkil etməklə reklam büdcəsinə qənaət etmiş olurlar, müvafiq bazarda rəqabətə daha çox davamlı olurlar. Və nəhayət, nəşriyyatın müəyyən mövzu sahəsində ixtisaslaşması dünya miqyasına çıxma biləcək yüksək sə-

viyyəli kitabların meydana gəlməsinə, müəlliflik hüquqları ilə daha fəal alış-verişə səbəb olur.

Kitabın reklamı və kitabda reklam

Kitabın reklamından söhbət gedərkən bir çoxları 80-ci illərdə Parisin kitab satıcılarından birinin "fırıldağ"ını xatırlayırlar.

Günlərin bir günü Fransa qəzetlərindən biri kiçik elan dərc edir: "Gənc və yaraşıqlı milyonçu, Dyuponun "Ömür boyu" povestinin qadın qəhrəmanına bənzəyən qızla ailə qurmaq istəyir". Xeyli müddət piştaxtalarda yatıb qalmış bu kitabın nüsxələri həmin elandan sonra bir həftə ərzində satılıb qurtarır. Reklam etikasını bir kənara qoysaq, həmin satıcının bacarığına yalnız qibtə etmək olar.

Hər bir kitabın reklam vasitəsini seçmək üçün ilk növbədə həmin kitabın oxucu auditoriyasını nəzərə almaq lazımdır. Bu kim ola bilər - məktəb yaşlı uşaq, evdar qadın, biznesmen, yoxsa kompüter proqramçısı? Onlar hansı kütləvi informasiya vasitələrinə müraciət edirlər? Bu suallara cavab verdikdən sonra reklamı yerləşdirmək üçün müvafiq informasiya vasitəsini seçmək olar.

Bir çox nəşrlərin tirajı az olduğundan onların KİV-də reklamı nəşrin maya dəyərini xeyli artırmağa bilər. Buna görə də reklam daşıyıcısını seçərkən ehtiyatlı olmaq lazımdır. Reklam qiyməti baha olan kütləvi qəzetlərdə, radio və televiziya da yalnız geniş oxucu kütlələri üçün nəzərdə tutulan, böyük tirajla çap olunan və müvafiq olaraq yüksək gəlir gətirən kitabların reklamı məqsədəuyğundur. Uşaq kitablarını və orta məktəb dərsliklərini uşaq qəzetlərində, müəyyən ixtisaslar üzrə nəşrləri isə müvafiq sahələr üzrə ixtisaslaşmış qəzet və jurnallarda reklam etmək daha çox effekt verə bilər.

Kitab reklamının digər mal və məhsulların reklamından bir fərqi də ondadır ki, onun oxucuda maraqlı oyaatmaq potensialı var və buna görə də bir çox hallarda onun pulsuz reklamını da təşkil etmək olar. Bu, kitab haqqında resenziyalar, kitabdan kiçik parçaların qəzet və jurnallarda çapı, televiziya və ya radio ilə səsləndirilməsi şəklində həyata keçirilə bilər. Burada "pulsuz reklam" ifadəsi nisbidir, çünki yaxşı resenziyanın yazılması və ya yazdırılması da böyük əmək və təşkilatçılıq işi tələb edir.

Reklam nəzəriyyəsinə işgüzar reklam və mal reklamı anlayış-

ları var. Əgər mal reklamı həmin məhsulun bilavasitə istehlakçılarna yönəlsə, işgüzar reklam daha çox tərəf-müqabilləri, distribütorlar, topdansatış təşkilatları və mağazalar üçün nəzərdə tutulur.

Naşirlər işgüzar reklamın vasitələrindən də istifadə etməlidirlər. Bu vasitələrə kitab kataloqları, bukletlər (ilk növbədə serial nəşrlər üçün), sərgilər, təqdimetmə mərasimləri, konfranslar və direktməyl (kitab haqqında informasiya vərəqələrinin müəyyən ünvanlara poçtla göndərilməsi) daxildir.

Kitabın reklamı satış təşkilatlarının işini asanlaşdırır və onlar reklam olunan kitabı satışa həvəslə götürürlər.

Kitab dövrü mətbuat sayılmasa da, onu kütləvi informasiya vasitəsi kimi qəbul etmək olar və bu baxımdan o, reklam verən təşkilatları maraqlandıra bilər.

Kitaba reklam sifarişçisi axtararkən yenə də ilk növbədə nəşrin profilindən çıxış etmək lazımdır. Əgər söhbət kompüter proqramı üzrə təlimatdan gedirsə, kompüter satışı üzrə distribütorlar məmnuniyyətlə bu kitabda reklam yerləşdirərlər, çünki həmin kitabın oxucuları onların potensial müştəriləridir. Oxucunun əlində tutduğu bu kitab ilk növbədə naşirlər üçün nəzərdə tutulub, onlar isə poliqrafiya müəssisələrinin, nəşriyyat-poliqrafiya materiallarının və avadanlığının satışı ilə məşğul olan şirkətlərin müştəriləridir. Bu kitabda reklam sahəsi satmaq üçün həmin biznes-sektorlara müraciət etmək olardı.

Kitabda reklamın dövrü mətbuatdakı reklamdan ciddi fərqləri var. Əvvəla, kitabda adətən imic reklamı yerləşdirilir və buna görə də kitab üçün reklam sifarişi axtararkən ilk növbədə nüfuzlu təşkilatlara müraciət etmək lazımdır. İkincisi, kitabda reklamın qiyməti adətən mətbu nəşrlərdəki reklam qiymətindən baha olur, çünki kitab daha uzunömürlüdür və onu çox adam oxuya bilər.

Qiymətə təsir göstərən faktorlar isə mətbuatda olduğu kimidir - tiraj, rənglilik, poliqrafik keyfiyyət və s.

Nəşrin sponsorunu reklam sifarişçisindən fərqləndirmək lazımdır. Adətən sponsor nəşrin dəyərinin bir hissəsini və ya hamısını ödəyir. Şirkətlərin nəşriyyat sahəsində sponsorluq siyasəti müxtəlif cür ola bilər:

- *Sponsor nəşrin dəyərini tam ödəyir və onun tirajını müvafiq obyektlərə pulsuz paylayr (bu, daha çox uşaq nəşrlərinə aiddir);*

• *Sponsor nəşrin dəyərini o şərtlə tam və ya qismən ödəyir ki, qoyduğu sərməyə kitabın satışından sonra geri qaytısın (bəzən faizlə birlikdə) və onun adı kitabda sponsor kimi göstərsin;*

• *Sponsorluq şirkətin marketinq strategiyasına daxildir - o, nəşri sifariş edir və onun nüsxələrini satdığı malla birlikdə müştərilərinə təqdim edir (məsələn, kompüter firması müştərisinə kompüterlə birlikdə sponsoru olduğu kitabı təqdim edir).*

Bu siyahını uzatmaq da olar, lakin bir məsələni nəzərdən qaçıрмаq olmaz ki, istənilən halda kitaba sponsorluq şirkət üçün ictimaiyyətlə əlaqə formalarından biridir, buna görə də sponsorluq edən şirkətlər adətən cəmiyyətdə maraqlı doğura biləcək nəşr konsepsiyalarına üstünlük verirlər.

Dərslərlərin marketinqi

Hazırda dünyada dərslərlər və tədris ədəbiyyatı nəşriyyat işində ən çox gəlir gətirən sahələrdən biri hesab olunur. Bunun səbəbi aydındır: dərslərlərin tirajı yüksək olur, yaxşı dərslərlərin satışı zəmanətli olur, bir çox dərslərlər ildən-ilə təkrar nəşr olunur. Buna görə də bu tip kitabların marketinq xüsusiyyətlərindən ayrıca danışmağa dəyər.

Sovet illərində dərslərlər bazarında rəqabətdən söhbət gedə bilməzdi. Hər fənn üzrə təhsil nazirliyi tərəfindən təsdiq olunmuş yalnız bir dərslərlər var idi və onların çoxu bütün sovet məkanı üçün eyni idi (əlbəttə, milli dillərə tərcümə olunmaq şərti ilə). Dərslərlərin nəşri bu sahədə ixtisaslaşmış dövlət nəşriyyatlarına tapşırılırdı.

Son illər Azərbaycanda "alternativ dərslərlər" anlayışı meydana çıxıb. Bu o deməkdir ki, Təhsil Nazirliyinin dövlət nəşriyyatlarına sifariş etdiyi dərslərlərlə yanaşı eyni fənn üzrə başqa nəşriyyatların təqdim etdiyi dərslər vəsaitlərinin də nazirlik tərəfindən təsdiq edilməsi və işiq üzü görməsi istisna olunmur. Bu isə öz növbəsində tədricən dərslərlər bazarının formalaşmasına gətirib çıxarır. Bazar, rəqabət olan yerdə isə istər-istəməz marketinq vasitələrinə əl atmaq lazım gəlir.

Bu bazarda marketinq işi bir sıra spesifik xüsusiyyətlərə malikdir. Bazarın araşdırma mərhələsi son dərəcə sadədir - dərslərlərin aid olduğu sinif məlumdur, ölkə üzrə məktəblərin həmin sinfində neçə

uşağın oxuduğunu Təhsil Nazirliyindən və ya statistika idarəsindən almaq olar. Həmin fənn üzrə neçə müəllimin dərslərini də araşdırmaq mümkündür.

Bundan sonra rəqib məhsullarla və nəşriyyatlarla müqayisə mərhələsi gəlir. Bu, daha mürəkkəb məsələdir və burada xüsusi sorğular və araşdırmalar keçirmədən nəticə əldə etmək mümkün deyil. Bu araşdırma aşağıdakı suallara cavab verməlidir:

- *Rəqib dərslərin bazardakı ömrü neçə il təşkil edir?*
- *Bu illərdə o, dəyişikliyə uğrayıbmi?*
- *O, mövcüd tədris proqramına cavab verirmi?*
- *Dərslərin naşiri pedaqoji aləmdə özünə hansı imic qazanıb?*
- *Dərslərin müəllifi nə dərəcədə nüfuzludur, onun pedaqoji dəyərlərə təsiri nə dərəcədədir?*
- *Müəllimlər bu dərslərdən razıdırlarmı?*
- *Şagirdlər bu dərslərdən razıdırlarmı?*
- *Narazılıq doğuran məqamlar hansılardır?*
- *Müsbət cəhətlər hansılardır?*
- *Dərslərin müəllimlər üçün vəsaitlə təchiz olunubmu?*
- *Dərslərin şagirdlər üçün işçi dəftəri və digər tədris vəsaitləri ilə təchiz olunubmu?*

Qeyd etmək lazımdır ki, bu sorğu ilə yanaşı hər bir dərslərin qiymətləndirmək üçün kifayət qədər dəqiq işlənmiş meyarlar var: şriftlərin ölçüsü, rənglərin sayı, kitabın formatı, kağız seçimi, cildləmə forması, fəsillərin strukturu, pedaqoji aparatı və s. Bütün bu suallara cavab verdikdən sonra naşir qərarlaşdıra bilər: yeni (alternativ) dərslərə ehtiyac var, ya yox.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan şəraitində Təhsil Nazirliyinin xüsusi sifariş və dövlət krediti olmadan dərslərin nəşr etmək kifayət qədər riskli addımdır. Əvvəla, digər kitablarla müqayisədə dərslərin nəşrinin layihəsi çox bahalıdır (tərtibatı mürəkkəbdir, çox mütəxəssislərin - alim, pedaqoq, psixoloq, metodist və s. - iştirakını tələb edir, yüksək tirajla çap olunmalıdır ki, qiyməti bazara müvafiq olsun), ikincisi, dərslərin məktəblərdə satışı dövlət inhisarındadır, o isə öz kreditini qaytarmamış başqa dərslərin peyda olmasına qısqanc yanaşa bilər. Bütün bunları nəzərə alaraq özəl nəşriyyatlar dərslərin marketinqi məsələsinə çox ciddi yanaşmalıdırlar. Bunun üçün isə, ümumiyyətlə, dərslərin nəşri üzrə dövlət siyasətini

dəqiq bilmək lazımdır.

Müxtəlif ölkələrdə dərsliklərin nəşri modeli kifayət qədər fərqlidir. Azərbaycan üçün yaxın gələcək sayılan bir çox Şərqi Avropa ölkələrində "alternativ dərslik" anlayışı yoxdur; orada "eyni fənn üzrə bir neçə bərabərhüquqlu dərsliyin mövcudluğu" anlayışı var. Hüquqların bərabərliyi dərsliklərin nəşri üçün elan edilən tender sistemində öz əksini tapır. Naşirlər arasında elan edilən bu tenderdə bir deyil, bir neçə nəşir (bir qayda olaraq, üç dərslik) qalib gələ bilər və bu zaman dərslik üçün ayrılmış dövlət krediti həmin nəşirlər arasında bölüşdürülür. Onu da qeyd edək ki, nəşirlər adətən tender komissiyasına dərsliyin mətninin 25%-ni və tərtib edilmiş 8-10 səhifə təqdim edirlər.

Azərbaycanda vəziyyət bir qədər başqa cürdür. Burada nazirlik özü müəlliflərə dərsliyin mətnini sifariş edir, sonradan redaktə və tərtibat üçün nəşriyyata (adətən "Təhsil" və ya "Maarif" nəşriyyatına) göndərir. Yalnız bundan sonra kitabın çapına tender elan edilir və sözsüz ki, bu tenderdə mətbəələr və ya poliqrafiya bazası olan nəşriyyatlar qalib gəlir.

Bu sistemin qüsurları çoxdur; onlardan ən böyüyü nəşirlərin və müəlliflərin müəlliflik hüququnun pozulmasıdır. Lakin biz bu fəsilə daha çox dərslik nəşr edən nəşriyyatların bazardakı vəziyyətlərinin qeyri-bərabərliyini vurğulamaq istəyirik: dövlət tərəfindən iki il müddətinə faizsiz kredit alan və kitablarını arxayınqla satan nəşriyyatlardan fərqli olaraq kommersiya banklarından azmüddətli və yüksək faizlə kredit alan nəşriyyat şirkətləri alternativ dərslik nəşr etməklə böyük risk etmiş olurlar.

Dərsliyin son istehlakçısı şagird hesab olunur, lakin hansı dərsliyin alınmasına qərar verən müəllimdir. Dərsliklərin marketinqində də əsas cəhət budur - müəllimlər uğrunda "mübarizə". Xarici nəşirlər artıq başa düşüblər ki, bir müəllimdə öz dərsliklərinə rəğbət yaratmaqla onlar 25-30 alıcı qazanırlar. Buna görə də nəşirlər müəllimləri "öz tərəflərinə çəkmək" üçün müxtəlif tədbirlər keçirirlər - məktəblərdə konfranslar, təqdimetmə mərasimləri təşkil edirlər, müəllimlər üçün dərslik üzrə tədris vəsaitləri buraxırlar və s.

Müəlliflik hüququ kommersiya obyektı kimi

Qərb ölkələrində müəlliflik hüququ ticarəti sahəsində vəziyyət kifayət qədər mürəkkəbdir. Daim bir-biri ilə rəqabət aparan, eyni mövzu üzrə ədəbiyyat buraxılışı ilə məşğul olan nəşriyyatların mövcudluğu şəraitində bu, elə belə də olmalıdır. Təbii ki, bu vəziyyətdə nəşrlərin müəlliflik hüququnu əldə etmək istəyən potensial alıcılar tapmaq da çətin bir işə çevrilir.

Nəşriyyat kataloqları. Müəlliflik hüquqlarının satışı üçün ən səmərəli vasitələrdən biri kataloqların buraxılmasıdır. Naşirlərdən kataloqların alınması hər şeydən əvvəl, nəşriyyatın profili üzrə buraxılan yeni ədəbiyyat, müəlliflər haqqında tam və müntəzəm informasiya əldə etmək deməkdir. Bu kataloqlar, həmçinin hər bir nəşirin xüsusiyyətlərini "hiss etmək", nəyin necə buraxıldığından nəli olmağa imkan verir.

Kitab yarmarkaları. Yuxarıda qeyd etdik ki, kataloqlar nəşriyyatın öz həmkarları haqqında məlumat alması üçün mühüm informasiya mənbələrindəndir. Kitab yarmarkaları və sərgilər bu cür kataloqlar əldə etmək və naşirlərlə bilavasitə tanış olmaq imkanı verən tədbirlərdəndir. Miqyası və ölçüləri etibarilə kitab yarmarkaları müxtəlif olur. Hər ilin oktyabr ayında keçirilən Frankfurt yarmarkası kitab yarmarkaları içərisində ən böyüyü sayılır. Təkcə bir faktı göstərək ki, 1995-ci ilin payızında bu yarmarkada dünyanın müxtəlif ölkələrindən gəlmiş 6497 nəşir iştirak edib. Qərb aləmində, eləcə də bütün dünyada məşhur ikinci böyük kitab yarmarkası hər il mart ayında keçirilən London yarmarkasıdır. Bundan başqa, hər ilin aprelində Boloniyada keçirilən uşaq ədəbiyyatı və maarifçilik ədəbiyyatı yarmarkası, Amerika kitab ticarətçiləri assosiasiyasının illik qurultayı da yüksək nüfuzla malik beynəlxalq tədbirlərdir.

Mərkəzi və Şərqi Avropada da bir sıra ənənəvi kitab yarmarkaları keçirilir. Bunlara misal olaraq, 1955-ci ildən keçirilən Varşava yarmarkasını, eləcə də Praqa, Budapeşt, Buxarest, Moskva və Sofiya yarmarkalarını da göstərmək olar. 1995-ci ilin fevralından etibarən Baltik ölkələri də kitab yarmarkaları keçirməyə başlayıblar.

Kitab yarmarkalarında iştirakın daha bir faydası qərbin aparıcı nəşriyyatlarının müəlliflik hüquqları üzrə agentləri ilə tanış olaraq bu sahədə tərəfləri maraqlandıran məsələləri müzakirə etmək imkanındır.

Nəşriyyat işinə dair məlumat kitabları. Bütün dünyada nəşriyyatların fəaliyyətinə dair informasiyanı özündə ehtiva edən xüsusi məlumat topluları içərisində ən nüfuzluları ABŞ və Kanada nəşirlərinin nəşrləri haqqında bilgilərin toplandığı "Literari Marketpleys", eləcə də bütün dünya nəşrləri barədə informasiyanın verildiyi "İnterneyşnl Literari Marketpleys"dir. Hər iki illik toplu R.R.Bauker tərəfindən nəşr edilir. Bu toplular üçün sifariş aşağıdakı ünvana göndərməlidir: *Mayrole Road, East Grinstead RN19 INN, United Kingdom*. Hər iki topluda nəşriyyatlar haqqında tam informasiya verilir, çox vaxt da hər bir nəşriyyatın ötən il çap etdiyi kitabların siyahısı, habelə əlaqə telefonları, faks nömrələri göstərilir. Bu toplular yeni əlaqələr qurmaq üçün uğurlu başlanğıc rolunu oynasa da, qiyməti çox bahadır (təqribən 140-150 funt sterlinq). Dünyanın bütün ölkələrindəki nəşirlər öz koordinatlarını bu toplulara göndərə və pulsuz nəşr edə bilirlər.

Birləşmiş Krallıq və Britaniya Birliyi nəşrləri haqqında məlumatı isə həmçinin Kassel PLS nəşriyyatının buraxdığı illik "*Kasselz Direktori of Pablişinq*" məlumat kitabından əldə etmək mümkündür (Ünvan: *Wellington House, 125, Strand, London WC2R OBB, UK*). Qeyd edək ki, bu toplu da kifayət qədər bahadır (50 funt sterlinq). Son olaraq deyək ki, *Kassel* firması vaxtaşırı Avropadakı nəşirlər haqqında da məlumat topluları nəşr edir.

Peşəkar jurnallar. Yeni nəşrlər haqqında daha bir məlumat mənbəyi nəşirlər üçün nəzərdə tutulan milli jurnallar - ixtisaslaşmış dövrü nəşrlərdir. Bu həftəliklərdə bir qayda olaraq yeni nəşrlər haqqında reklam mətnləri yerləşdirilir, həmçinin nəşriyyat işinin müxtəlif istiqamətlərinə dair redaksiya məqalələri, eləcə də kitab satışındakı yeniliklərə dair xəbərlər, son bestsellerlərin siyahısı və s. verilir.

Maarifçilik, akademik və ədəbi jurnallar. Bəzi ölkələrdə peşəkar jurnallardan savayı müxtəlif mövzular üzrə buraxılan kitabların icmalı dərc olunan ayrı-ayrı qəzet və jurnallar da mövcuddur. Bu sıradan Böyük Britaniyada nəşr edilən "Tayms" qəzetinin üç əlavəsini - "Tayms Literari Saplement"-i (ən populyar belletristik əsərlər, populyar janrlar və akademik nəşrlərin icmalı), "Hayer"-i (ali məktəblər üçün buraxılan tədris ədəbiyyatının icmalı) və "Tayms Edyukeyşnl Saplement"-i (məktəblər üçün tədris ədəbiyyatı və vəsaitlər

haqqında informasiya) göstərmək olar.

Mərkəzi və Şərqi Avropa nəşirləri bu cür nəşrləri necə əldə edə bilərlər? Əgər nəzərə alsaq ki, bu jurnalların qiyməti kifayət qədər yüksəkdir, onda ilk növbədə bunların nəşir birlikləri, Britaniya Şurasının və Soros Fondunun yerli şöbələri, habelə bu kimi təşkilatlarda olub-olmaması ilə maraqlanmaq lazımdır. Soros Fondunda həmçinin xaricdə çap olunmuş yeni ədəbiyyat siyahıları da olur ki, bunlarla tanışlıq da nəşirin köməyinə çata bilər.

NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS FOR PUBLISHING**BAZARIN VƏ NƏŞRİYYAT PRIORİTETLƏRİNİN MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ****Tövsiyələr:**

- ☛ kitab üçün iş gördürərkən və material sifariş edərkən onun nəzərdə tutulduğu bazarı (bazarları) müəyyənləşdirin;
- ☛ bu bazanın həcmi və maliyyə imkanlarını qiymətləndirin;
- ☛ öz nəşriyyatınızın bu bazardakı payını müəyyən edin;
- ☛ həmin bazardakı rəqiblərinizi müəyyənləşdirin və onların vəziyyətini təhlil edin;
- ☛ öz bazanızın (bazardakı payınızın) tələbatını müəyyənləşdirin və tədqiq edin;
- ☛ bazardakı meylləri, tələbatın yüksəldiyi və azaldığı sahələri və vaxtları müəyyənləşdirin və təhlil edin;
- ☛ bazardakı cari satış qiymətlərinin dərəcələrini müəyyən edin;
- ☛ bazar əldə etmək və genişləndirmək metodlarını müəyyən edin;
- ☛ şirkətinizin nəşriyyat sahəsindəki nailiyyətlərini, prioritetlərini və məqsədlərini müəyyənləşdirin;
- ☛ şirkətinizin bazar "hədəflərini" və maliyyə məqsədlərini müəyyən edin və qiymətləndirin;
- ☛ şirkətinizin istehsal, marketinq və satış resurslarını və sistemlərini müəyyənləşdirin;
- ☛ şirkətinizin prioritetlərinin, məqsəd və resurslarının sifariş qəbul etməyiniz və ya material əldə etməyiniz üçün yaratdığı imkan və məhdudiyyətləri qiymətləndirin.

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ☛ bazar haqqında keyfiyyət və kəmiyyətlə bağlı informasiyanın (həm öz şirkətiniz, həm də digər şirkətlərin nəşrlərinə dair)

mənbələri və onu əldə etmək yolları;

- ♣ *bazarın həcmi və satış qiymətlərinin dərəcələri haqqında informasiyanın mənbələri və onu əldə etmək yolları;*
- ♣ *bazardakı alıcılıq qabiliyyətinə təsir edən amillər;*
- ♣ *bazarın kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərini şərh etmək bacarığı;*
- ♣ *müxtəlif bazarlarda qüvvədə olan hüquqi bazanın tələbləri;*
- ♣ *bazarın ümumi, spesifik və dəyişkən tələbatları, bazar meylləri, tələbatın artdığı və azaldığı sahələr barəsində mövcud informasiya və tövsiyələr;*
- ♣ *naşirdən "son istehlakçıya" (oxucuya) qədər təklifin müxtəlif kanalları; onların qiymətlərin formalaşmasına təsiri; şirkətiniz hansı kanallardan istifadə etməyə üstünlük verir;*
- ♣ *müxtəlif marketinq və satış metodları, şəraitə görə metodun seçimi;*
- ♣ *sizin şirkətin nəşrlə bağlı məqsədləri, eləcə də istehsal, marketinq və satış resursları;*
- ♣ *nəşriyyatınızın imkanları, keçmiş və cari nəşrlər, planlaşdırılan artım sahələri, dövrüyyə və nəzərdə tutulan gəlirlər;*
- ♣ *nəşriyyatınızın istehsal resursları, planlaşdırdığınız nəşrlər üçün onlar kifayət edirmi, daha hansı resursları cəlb edə bilərsiniz;*
- ♣ *buraxılan nəşrlərin bazar uğurunu qiymətləndirmək üçün şirkətinizdə qəbul olunmuş metodlar;*
- ♣ *informasiya əldə etmək və yeni təkliflər vermək məqsədi ilə şirkətinizin daxilindəki kommunikasiya əlaqələri.*

NƏŞR TƏKLİFLƏRİNİN İŞLƏNİB HAZIRLANMASI

Tövsiyələr:

- ♣ *Nəşrlə bağlı kommərasiya potensialına malik olan ideyaları müəyyən edin və qiymətləndirin;*
- ♣ *nəşrlə bağlı ideyaların mənbələrini müəyyənləşdirin və onlardan istifadə edin;*

- ☛ nəşrlə bağlı ideyaların kommersiya potensialını müəyyənləşdirmək üçün lazımi informasiya əldə edin;
- ☛ bazarınızın tələbat və zövqlərinə uyğun gələn ideyaları müəyyən edin və qiymətləndirin;
- ☛ şirkətinizin nəşr planları və resurslarına uyğun gələn ideyaları müəyyən edin və qiymətləndirin;
- ☛ həmkarlarınızla birgə ideyaları müzakirə edin;
- ☛ kommersiya potensialına malik olmayan, şirkətinizin planlarına və resurslarına uyğun gəlməyən ideyaları əsaslı dəlillərlə rədd etməyi bacarın;
- ☛ nəşrlə bağlı məqsədəuyğun ideyaları anlaşıqlı formada təklif edin;
- ☛ hər bir nəşr ideyasının materiallaşacağı uyğun formatı müəyyənləşdirin;
- ☛ hər bir təklifin dəyərini müəyyənləşdirin;
- ☛ bütün məlumatlı həmkarlarınızdan məsləhət alın və bu məsləhətləri bir daha təhlil edin;
- ☛ alınmış məsləhət əsasında təkliflərdə uyğun dəyişikliklər edin;
- ☛ hər bir təklifi bazar yönümündən tədqiq edin;
- ☛ hər bir təklifin gətirə biləcəyi potensial gəliri müəyyənləşdirin;
- ☛ nəşrlə bağlı yekun təklifləri xülasə şəklində təqdim edin və bu zaman təşkilatınızın qərar qəbul etməsi üçün tələb olunan bütün xırdalıqları nəzərə alın;
- ☛ satışla məşğul olan həmkarlarınızı nəşr layihəsi ilə bağlı informasiya və materiallarla yaxından tanış edin;
- ☛ nəşr layihəsi ilə bağlı konfidensiallığı qoruyun və həmkarlarınızdan kommersiya sirlərini qorumağı xahiş edin;
- ☛ hər bir nəşr layihənin satışla bağlı maddələrini aydın şəkildə müəyyənləşdirin və ifadə edin;
- ☛ əlaqələriniz nəticəsində formalaşmış uyğun marketinq və satış ideyalarını müəyyənləşdirin və bunu öz həmkarlarınıza çatdırın;
- ☛ prosesin istənilən mərhələsində hər hansı bir ideyanın perspektivsiz olduğunu gördükdə bunu etiraf etməyə hazır olun

və işi dayandıraraq bu addımın səbəbləri barəsində bütün əlaqədar şəxsləri məlumatlandırın.

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ✦ nəşr ideyalarının mənbələri haqda məlumat;
- ✦ bazar tələbləri və meylləri, eləcə də nəşrlərin kommersiya potensialı haqqında dolğun və səlahiyyətli informasiya mənbələri və onları əldə etmək yolları;
- ✦ səlahiyyətli məsləhətçiləri müəyyənləşdirmək və onlarla ünsiyyətə girmək bacarığı;
- ✦ müəlliflər, sponsorlar və nəşriyyat materialları təminatçıları ilə səmərəli işgüzar münasibətləri qurmaq və inkişaf etdirmək yolları;
- ✦ bazarın həcmi və alıcılıq qabiliyyəti;
- ✦ bazarın cari tələbatı və oxucu zövqləri;
- ✦ şirkətinizin nəşrlə bağlı planları və prioritetləri;
- ✦ təşkilatınızın nəşr olunan materialı necə məhdudlaşdıran və yaxud əksinə, ona necə müsbət təsir göstərən resurs və sistemləri;
- ✦ təşkilatınız daxilində müzakirə üçün verilən təklifin təqdimat forması;
- ✦ təşkilatınızda təklifləri nəzərdən keçirmək və onlar barəsində müəyyən qərara gəlmək üçün qəbul olunmuş mexanizm;
- ✦ təklifi dəstəkləmək üçün müxtəlif şöbələrin əməkdaşlarına (məsələn, istehsal, marketing və satış sahələrindəki) lazım olan informasiya;
- ✦ nəzərdə tutulan nəşrin bütün göstəriciləri (ölçü, format, həcm, rənglər say və s.); bu göstəricilərin bazar üçün əhəmiyyətini; onların kitabın maya dəyərinə və qiymətə təsiri;
- ✦ nəşrin istehsalı üçün lazım olan vaxt və xərclər;
- ✦ nəşr prosesinin hər bir mərhələsi üçün tələb olunan vaxt və məsrəflər;

- ↳ *nəşrin alıcılıq qabiliyyətinə təsir göstərən amillər;*
- ↳ *bazarın öyrənilməsi üsulları;*
- ↳ *bazar araşdırmaları nəticələrinin şərhı;*
- ↳ *bir nüsxə üçün sərf edilən məsrəflərin hesablanması;*
- ↳ *topdan və pərakəndə satış qiymətlərinin müəyyən edilməsi;*
- ↳ *bazarın (bazarlarınızın) həcmını və satışı necə proqnozlaşdırmalı;*
- ↳ *satış gəlirinin və xalis mənfəətin hesablanması yolları;*
- ↳ *nəşrlərin satış qiymətləri üçün bazar dərəcələri;*
- ↳ *bir nüsxənin dəyəri ilə satış qiyməti arasındakı fərq;*
- ↳ *bazar əldə etmək üçün istifadə olunan marketinq və satış metodları; onlardan hansıları sizin şirkət və konkret nəşr üçün daha səmərəli ola bilər;*
- ↳ *rəqiblərinizin istifadə etdiyi marketinq və satış metodları;*
- ↳ *marketinq və satış üçün təşkilatınızda olan mövcud resurs və sistemlər.*

NƏŞR PLANININ İŞLƏNİB HAZIRLANMASI

Tövsiyələr:

- ↳ *oxucu auditoriyasının zövq və tələblərini, bazarın alıcılıq imkanlarını öyrənin;*
- ↳ *bazara çıxarılmış kitablarınızın ayrı-ayrılıqda satış dövryyəsinı öyrənin;*
- ↳ *yeni adların (nəşr adlarının) sayını və planlaşdırılan xalis gəliri razılaşıdırın;*
- ↳ *hər bir nəşr layihəsinin nəşriyyatınızın məqsəd və prioritetləri ilə uzlaşdığını yoxlayın;*
- ↳ *bu məqsədlərə çatmaq üçün lazım olan büdcəni razılaşıdırın;*
- ↳ *məqsədlərinizə və büdcənizə, bazar meylləri və tələblərinə, təşkilatınızın məqsəd, prioritet və resurslarına uyğun olaraq gələcək nəşrlərin qrafikini işləyib hazırlayın;*

- ☛ *nəşrinizə qoyulmuş məhdudiyyətlər çərçivəsində fəaliyyətinizi müəyyən edin;*
- ☛ *təşkilatınızın nəşr strategiyasına yardım göstərmək məqsədi ilə bazar meylləri və tələbləri barəsində əldə edilən bilikdən istifadə edin;*
- ☛ *planınıza daxil etmək üçün hər bir nəşr layihəsinin optimal tarixini müəyyən edin;*
- ☛ *hər bir layihənin hazırlanması, reallaşması və nəşrin ayrı-ayrı mərhələləri üçün tələb olunan vaxtı müəyyənləşdirin və qrafik tərtib edin;*
- ☛ *ayrı-ayrı layihələrin qrafikləri arasında heç bir ziddiyyətin olmadığına əmin olun;*
- ☛ *hər bir fərdi layihə qrafikinə və bütünlükdə nəşr planınızın həyata keçməsinə nəzarət edin;*
- ☛ *qrafikə salınmış nəşr tarixlərinə dəqiq əməl olunması üçün problemləri vaxtında üzə çıxarmağa çalışın;*
- ☛ *fərdi layihə qrafiklərinə və bütün nəşr planına edilən istənilən dəyişikliklər barəsində bütün əlaqədar şəxsləri məlumatlandırın;*
- ☛ *hər bir nəşrə dair rəyləri və tənqidi məqalələri izləyin;*
- ☛ *hər bir planın səmərəliyini qiymətləndirin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ♣ *bazarınızın tələbləri və alıcılıq imkanları;*
- ♣ *nəşr layihələrinin təşkilatınız tərəfindən qəbul olunmuş qiymətləndirmə meyarları;*
- ♣ *nəşr prosesinin mərhələləri; bu mərhələlərin qarşılıqlı əlaqəsi və asılılığı;*
- ♣ *işin hər bir mərhələsi üçün lazım olan vaxt və resurslar;*
- ♣ *nəşr qrafikinə pozulmasının nəticələri və qarşısını almaq yolları;*
- ♣ *qrafik dəyişiklikləri barəsində məlumatlandırılmalı şəxslər;*
- ♣ *layihə qrafiklərini tərtib etmək və əlaqələndirmək bacarığı;*
- ♣ *məqsədlər və büdcələr kiminlə razılaşdırılmalıdır;*

- ↳ *həmkarlarınızdan və digər şəxslərdən informasiya əldə etmək, əlaqə saxlamaq, əməkdaşlıq etmək və danışıqlar aparmaq yolları;*
- ↳ *yaradıcı işin və istehsalın bütün aspektlərinin dəyərləri;*
- ↳ *xalis gəliri proqnozlaşdırmaq üsulları;*
- ↳ *bazarların həcmi və satışı proqnozlaşdırmaq üsulları;*
- ↳ *səlahiyyətli məsləhətçilərlə necə əlaqə yaratmalı, onları necə müəyyənləşdirməli və onlardan necə istifadə etməli;*
- ↳ *öz bazarınızın tələb və zövqləri (məsələn, məzmun, format, poliqrafik keyfiyyət, qiymət və s. məsələlərdə);*
- ↳ *təşkilatınızın məqsədlərinə, prioritetlərinə, resurs və sistemlərinə uyğun gələn nəşrlər;*
- ↳ *yaradıcı iş və istehsalın bütün aspektləri üçün tələb olunan vaxt;*
- ↳ *sizin nəşr işinizi məhdudlaşdıra biləcək digər amillər (məsələn, müəlliflik hüququ ilə bağlı amillər);*
- ↳ *nəşrlərin uğurlarından necə faydalanmalı (məsələn, təkrar nəşrlər, yeni nəşrlər, yenidən istifadə...).*

NƏŞRİN İCRAÇILARI İLƏ ƏMƏKDAŞLIQ

Təvsiyələr:

- ☛ *nəşriyyatınızın məram və məqsədlərini müntəzəm olaraq potensial və hazırkı müəlliflərə, sponsorlara və satış üzrə tərəfdaşlarınıza çatdırın;*
- ☛ *nəşriyyatınız və onun fəaliyyət yönümləri barədə informasiyanı özündə əks etdirən müvafiq vasitələr hazırlayın;*
- ☛ *nəşr planınızı həyata keçirməkdə sizə kömək edə biləcək müəllifləri, sponsorları və mütəxəssisləri müəyyənləşdirin;*
- ☛ *öz nəşr planınızı həyata keçirmək üçün əlverişli zəmin yaratmaqdan ötrü kifayət sayda müəlliflər, sponsorlar və mütəxəssislərlə münasibətlər saxlayın;*
- ☛ *müəllifləri, sponsorları və mütəxəssisləri öz nəşr ideyalarınızla tanış edin;*

- müəllif, sponsor və mütəxəssislərin müvafiq layihədə iştirakının məqsəduyğunluğunu nəzərdən keçirin və seçimlər edin;
- nəşr planınızdakı bütün layihələr üçün nəşriyyatınızla müəlliflər, sponsorlar və mütəxəssislər arasında öhdəlik xarakterli razılaşmaların əldə edilməsinə nail olun;
- hər bir müqavilə üzrə büdcəniz və təşkilatınızın sistem və resursları hüdudunda danışıqlar aparın;
- hər bir müqavilədə nəşrin qrafik üzrə çıxması üçün imkan yaradan real müddətləri qeyd edin;
- hər bir müqavilədə materialların tələb olunan şəkildə çatdırılması üçün müəlliflərə, sponsorlara və mütəxəssislərə zəruri olan bütün informasiyanı dəqiq əhatə edin;
- müəlliflik hüququnun və təşkilatınız tərəfindən nəşriyyat materialının sifariş verilməsi və əldə edilməsi ilə bağlı digər hüquqi problemlərin müqavilədə tənzimlənməsinə nail olun;
- müqavilənin bütün aspektlərinin müəlliflər, sponsorlar və material təminatçıları tərəfindən tam dərk edildiyinə əmin olun;
- nəşr layihəsində iştirak edənlərə həmin nəşrin mahiyyəti, məzmunu, üslubu və oxucu auditoriyası barədə dəqiq məlumatlar verin;
- nəşriyyatınızın tərəfdaşlar qarşısında qoyduğu bütün xüsusi tələblər barədə müəllifləri, sponsorları və material təminatçılarını qabaqcadan xəbərdar edin;
- nəşr üçün təqdim olunan materialın həcmi, ölçüsü və s. barəsində müəllifləri, sponsorları və material təminatçılarını dəqiq məlumatlandırın;
- istehsal üçün daha münasib olan şəkildə material təqdim etmək qaydası barədə müəllifləri, sponsorları və digər icraçıları təlimatlandırın;
- müəlliflik hüququnun başqasına mənsub olduğu materialdan istifadə üçün icazə qaydası haqqında müəllifləri, sponsorları və material təminatçılarını aydın şəkildə təlimatlandırın;
- materialın hazırlandığı müddət ərzində məsləhət xidmətini təmin edin və suallara aydın və səmərəli qaydada cavab verin;

- ☛ *materialın tamamlanması və təqdim edilməsi üçün konkret müddət müəyyən edin və müəlliflərə, sponsorlara və material təminatçılarına həmin müddətə əməl etməyin zəruriliyini başa salın;*
- ☛ *nəşrə hazırlıq zamanı işlərin qrafikə uyğun və keyfiyyətlə görüldüyünə əmin olun;*
- ☛ *istənilən problemlərin həlli üçün qabaqlayıcı tədbirlər nəzərdə tutun;*
- ☛ *təqdim olunmuş materialı optimal müddətə yoxlayın;*
- ☛ *müəlliflər, sponsorlar və material təminatçıları ilə konstruktiv əks-rəibətəni təmin edin və son düzəlişlərin edildiyinə əmin olun;*
- ☛ *işlənəcək və nəşr olunacaq materialın qəbulunu qeydə alın və müəllifləri, sponsorları və material təminatçılarını növbəti addımlarla tanış edin;*
- ☛ *gələcəkdə verəcəyiniz təminatların hazırlanması üçün hər bir layihənin təcrübəsindən istifadə edin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ *nəşriyyatınızın nəşrlə bağlı məqsəd və prioritetləri;*
- ↳ *nəşriyyatınızın bazardakı imic və nüfuzu;*
- ↳ *potensial müəlliflər, sponsorlar və mütəxəssislər haqqında ətraflı məlumat;*
- ↳ *onların layihədə iştirakının məqsədəuyğunluğunu sübut edən amillər (keçmiş iş təcrübəsindən nümunələr, sınaq yazıları, sitatlar);*
- ↳ *təşkilatınızın standart müqaviləsinin maddələri və şərtləri, onların mahiyyət və məqsədləri;*
- ↳ *hər hansı bir müəllifə, sponsora və mütəxəssislərə təklif oluna biləcək şərtlərə nəşriyyatınızın sistem və resursları tərəfindən qoyulan məhdudiyətlər;*
- ↳ *müəllifə, sponsora və material təminatçısına ödənişlərin hesablanması və həyata keçirilməsi;*

- ↳ layihəni həyata keçirmək üçün müqavilə iştirakçılarna lazım olan vaxt;
- ↳ müəlliflik hüququ qaydaları;
- ↳ hansı hüquqi məsələlər ortaya çıxa bilər və onları necə yoluna qoymaq lazımdır;
- ↳ nəşriyyatınızın ümumi və konkret nəşrlə bağlı tələbləri (redaksiyanın iş üslubu, birgə material dərc edən nəşirlərin tələbləri, dizayn və istehsal bölmələrinin texniki tələbatları və s.);
- ↳ bazarınızın tələbləri;
- ↳ təqdim edilmiş materialın həcmnin, ölçüsünün və s.-nin nəşrin formatı və həcmi ilə bağlılığı;
- ↳ tələb olunan həcmi necə müəyyən etməli;
- ↳ hansı istehsal metodlarından istifadə olunacağı, onların necə tətbiq olunduğu və bu metodlarla materialın ən yaxşı bir nəşrə necə çevrilə biləcəyi haqqında biliklər;
- ↳ müəlliflik hüququnun başqasına mənsub olduğu nəşrlərdən istifadə üçün icazə alma qaydaları və bununla bağlı xərclər;
- ↳ təqdim edilmiş materialların və xidmətlərin yoxlanılması üçün müvafiq müddətlər və mərhələlər;
- ↳ meydana çıxa biləcək problemlər və onların həlli yolları;
- ↳ təqdim olunmuş materialın gözlənilən nəticələrə uyğun gəlmədiyində atılacaq addımlar;
- ↳ materialı qəbul etdikdən dərhal sonra onunla işləmək qaydaları;
- ↳ başa çatmış layihələri necə qiymətləndirməli və qazanılmış təcrübəni gələcək layihələrdə necə tətbiq etməli.

MÜƏLLİFLİK HÜQUQU

Müəlliflik hüququnun mahiyyəti

Müəlliflik hüququ dedikdə, hər hansı bir şəxsin əsərin müəllifi hesab edilməsi imkanının hüquqi cəhətdən təmin edilməsi və bu faktın təsdiqinin digər şəxslərdən də tələb edilməsi nəzərdə tutulur. Müəlliflik hüququ əsərin müəllifi kimi tanınmaq hüququ deməkdir. Bu hüquqa müvafiq olaraq müəllif əsərdən öz adı ilə, təxəllüslə, yaxud adsız (anonim) istifadə etmək və ya bu cür istifadəyə icazə vermək hüququna malikdir. Şəxsi (qeyri-əmlak) hüquqlarından biri də müəllifin icazəsi olmadan əsərin mənasının dəyişdirilməsinə, həmçinin müəllifin şərəf və ləyaqətinə xələl gətirən hər hansı başqa hərəkətlərə qarşı çıxmaq hüququ, yəni şöhrətinə hörmət edilməsi hüququdur (Sovet dövrünün qanunvericiliyində bu terminin əvəzinə əsərin toxunulmazlığı termini işlənirdi). Müəllifin şöhrətinə hörmət edilməsi hüququ Bern Konvensiyasında da əks etdirildiyi üçün həmin anlayışın Azərbaycan milli qanunvericiliyində işlədilməsi daha məqbul hesab edilməlidir. Müəllifin digər şəxsi (qeyri-əmlak) hüquqlarından biri də əsərin istifadədən götürülməsi də daxil olmaqla əsəri istənilən formada açıqlamaq və ya açıqlanmasına icazə vermək hüququdur. Bu hüquq imkan verir ki, müəllif əsərinin açıqlanmasının vaxtı, yeri və üsulu barədə özü öz seçimini etsin. Məsələn, müəllif əsərini dərc (nəşr) etdirmək, ifa etmək, efirə vermək və s. üsullarla açıqlaya bilər.

Müəllif elmi, ədəbi və incəsənət əsəri yaratdıqdan sonra həm şəxsi (qeyri-əmlak), həm də əmlak (iqtisadi) hüquqları kimi müəlliflik hüquqları əldə edir. Dünya təcrübəsində müəllifin şəxsi hüquqları mənəvi-etik hüquqlar da adlandırılır.

Müəlliflik hüququna malik olan əsər müəllifinin bir sıra əmlak (iqtisadi) hüquqları vardır. "Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haq-

qında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 15-ci maddəsinin 1-ci bəndi müəllifin və ya əsərə müəlliflik hüququnun digər sahibinin əsərdən hər hansı bir formada və üsulla istifadə etməyə müstəsna hüququ olduğunu bildirir. Həmin maddənin 2-ci bəndində isə müəllifin əsərdən istifadəyə müstəsna hüquqları sadalanır. İlk növbədə müəllif əsərini çoxaltma hüququna, yəni əsərin surətini çıxartmaq, yenidən dərc etdirmək hüququna malikdir. Çoxaltma hüququ yaymaq hüququ ilə sıx əlaqədədir. Yayma hüququ dedikdə, əsərin nüsxələrini hər hansı bir üsulla yaymaq, satmaq, icarəyə vermək və s. başa düşülür. Əsərin nüsxələrinin yayılmasına, satılmasına görə müəyyən haqq alınır ki, bu da əsərin müəllifinin maddi maraqlarının qorunması məqsədini daşıyır.

Əmlak (iqtisadi) hüquqlarından biri də əsərin tərcümə edilməsi, dəyişdirilməsi, aranjeman edilməsi və ya başqa şəkildə yenidən işlənməsi hüququdur. Yaratdığı əsəri müəllif özü də tərcümə edə bilər, lakin təcrübədə belə nümunələrə çox az rast gəlinirdi üçün müəllif əsərin tərcüməsinə icazə vermək və özgəsinin tərcüməsindən istifadə etmək hüququndan yararlı ola bilər. Tərcüməyə icazə verərkən müəllif adətən onun əsərini tərcümə edən təşkilatla müqavilə bağlayır. Müqavilədə təşkilat əsəri keyfiyyətli tərcümə etməyi və tanış olmaq üçün müəllifə verməyi öhdəsinə götürür.

Təsviri sənət əsərlərinin müəlliflərinin izləmə hüququ adlanan xüsusi hüququ vardır. Bu hüququn mənası ondan ibarətdir ki, əsərin hər dəfə açıq satışı zamanı müəllifin və ya onun varislərinin satış qiymətinin 5%-ni almaq hüququ vardır, bu şərtlə ki, sonrakı satış qiyməti əvvəlki satış qiymətindən 20% çox olsun. Bu hüququn əsas məqsədi yaradıcılıq dövrünün başlanğıcında öz əsərlərini real qiymətindən xeyli aşağı satan müəlliflərin əmlak (iqtisadi) hüquqlarının müdafiə edilməsidir. Əsər bir sahibdən digərinə keçdikcə müəllifin və ya onun varislərinin əldə etdiyi gəlir müəllif özü əsəri aşağı qiymətə satarkən edilmiş ədalətsizliyi bir növ kompensasiya edir.

Beləliklə, müəlliflik hüququ anlayışı yekcins olmayıb aşağıdakıları ehtiva edə bilər: 1) əsərin müəllifi kimi tanınmaq hüququ (ad hüququ), yəni əsərdən öz adı ilə, təxəllüslə, yaxud adsız (anonim) istifadə etmək və ya bu cür istifadəyə icazə vermək hüququ; 2) müəllifin mənəvi hüquqları, yəni əsərin mənasının dəyişdirilməsinə,

təhrif olunmasına və ya hər hansı digər formada yenidən işlənməsinə, həmçinin müəllifin şərəf və ləyaqətinə xələl gətirən hər hansı başqa hərəkətlərə qarşı çıxmaq hüququ.

Sovet İttifaqı süqut etdikdən sonra müəllif hüquqları sahəsindəki boşluğu aradan qaldırmaq üçün Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi tərəfindən 05 iyun 1996-cı ildə "Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edildi. Qanun müəlliflik hüququ ilə qorunan əsərlər barəsində yarana biləcək mübahisələrin qarşısını almaq məqsədini güdür.

Qanunun 1-ci bölməsində müəlliflik hüququnun təyinatından, dəyərindən və məzmunundan danışılır, habelə ifadə formasından və üsulundan asılı olmayaraq bu hüququn yaradıcılıq fəaliyyətinin nəticəsi olan, həm açıqlanmış, həm də açıqlanmamış, obyektiv formada mövcud olan elm, ədəbiyyat və incəsənət əsərlərinə şamil edildiyi göstərilir.

Hüquqi ədəbiyyatda belə bir fikir vardır ki, əsərə sahiblik hüququnu yaradan meyarlardan biri onun ictimai faydalı olmasıdır. Lakin bu mövqe Azərbaycan qanunvericiliyində öz əksini tapmamışdır. Bundan əlavə, adı çəkilən maddədə birmənalı şəkildə qeyd edilir ki, müəlliflik hüququ təyinatından və dəyərindən asılı olmayaraq bütün əsərlərə şamil edilir. Bu isə müəlliflik hüququnda həm yüksək səviyyəli yaradıcılıq əsərlərinin, həm də elmi-yaradıcılıq keyfiyyəti o qədər də yüksək olmayan əsərlərin eyni dərəcədə qorunduğunu bildirir.

Müəlliflik hüququnun yaranması və həyata keçirilməsi üçün əsərin qeydə alınması və yaxud hər hansı üsullarla rəsmiləşdirilməsi tələb olunmur. Əsərin meydana gəlməsi faktının özü müəlliflik hüququnun qüvvəyə minməsinə imkan yaradır.

Keçmiş SSRİ Müəlliflik Hüququ haqqında Ümumdünya Konvensiyasına (1952) yalnız 70-ci illərdə qoşulmuşdu. Bu hadisədən sonra başqa dövlətlərdə olduğu kimi, ölkənin bütün nəşr əsərlərində müəllif hüququnun qorunma nişanı olan dairəyə alınmış "C" ("müəlliflik hüququ" mənasını verən *copyright* sözünün ilk hərfi) lətin hərfindən istifadə edilməyə başlandı. Bu nişan müstəsna müəlliflik hüququnun sahiblərinin adı (fiziki və hüquqi şəxslər) və əsərin neçənci dəfə nəşr edildiyi barədə informasiya ilə müşayiət olunurdu.

© nişanının istifadə edilməsini müəlliflik hüququnun qorunması faktının meydana çıxması şərti kimi qəbul etmək düzgün deyil. Qoruma nişanının tətbiq edilib-edilməməsi müstəsna müəlliflik hüququnun sahiblərindən asılıdır və xəbərdarlıq funksiyası daşıyır. Belə ki, həm © nişanı qoyulmuş əsərlər, həm də belə nişanı olmayan əsərlər hüquqi qorumadan eyni dərəcədə istifadə edirlər. Əsərin qoruma nişanı ilə təchiz edilməsi üçüncü şəxslərə bu əsərin dövlət tərəfindən mühafizə edilməsi barədə xəbərdarlıqdır. Bu, eyni dərəcədə kompüter proqramlarının Müəlliflik Hüquqları Agentliyində qeydə alınmasına da aiddir. Kompüter proqramlarının qeydiyyatı yalnız müəlliflik hüququna malik olan şəxs tərəfindən həyata keçirilə bilər və qeydiyyata alınma faktının özü kompüter proqramının müəllifi barədə və ya proqramdan qeyri-qanuni olaraq istifadə edilməsi barədə mübahisənin həll edilməsində əhəmiyyətli rol oynaya bilər.

Müəlliflik hüququ sahəsində bir sıra xarici dövlət qanunvericiliklərindən fərqli olaraq, milli qanunvericilik ilk baxışda əhəmiyyətsiz görünən bəzi məsələləri özündə əks etdirməmişdir. Məsələn, Rusiyada əsərin qeyri-adi adı varsa, həmin ad qanunla qorunur. Hüquqi ədəbiyyatda bununla bağlı "Hüquqi əhəmiyyəti olmayan elementlər" və "Hüquqi əhəmiyyətli elementlər" terminlərindən istifadə olunur. Müəlliflik hüququ ilə qorunmayan, yəni "hüquqi əhəmiyyəti olmayan elementlərə" əsərin mövzusu, materialı, süjeti və ideya məzmunu daxildir. Ədəbiyyat və incəsənət nəzəriyyəsində bu elementlər əsərin məzmunu adlandırılır. Onlardan istifadə edilməsi istifadəçilər üzərinə heç bir vəzifə qoymur, belə ki, bu, müəlliflik hüququnu pozmur. Zəngin ədəbi tarixi olan Azərbaycanda da belə nümunələrdən istənilən qədər misal çəkmək olar. Dahi Nizaminin "Leyli və Məcnun", "Fərhad və Şirin" əsərlərinin mövzusunun ondan sonra gələn bir çox şairlər bəhrələnilər. M.Füzuli ölməz "Leyli və Məcnun", S.Vurğun isə "Fərhad və Şirin" əsərini yaratmışlar. Bir həqiqətdir ki, eyni bir mövzuya istənilən qədər müraciət edərək əsər yaratmaq olar. Əsərin qorunan, yəni hüquqi əhəmiyyətli elementlərinə əsərdə yaradılan obrazlar və əsərin dili aid edilir. Lakin dünyadakı bir sıra qanunvericiliklərdən fərqli olaraq, bizim qanunvericilik müəllif hüquqlarının qorunmasında belə "dərinliklərə" getməmişdir.

Müəlliflik hüququnun obyektləri

Müəlliflik hüququnun obyektləri haqqında Qanunun 6-cı maddəsində məlumatlar verilir, ilk növbədə elmi, ədəbi və incəsənət əsərlərinin qanunla qorunduğu bildirilir. Ədəbi əsərlər dedikdə, söz formasında ifadə edilmiş bədii əsərlər nəzərdə tutulur. İncəsənət əsərlərinə isə bədii yaradıcılıq əsərlərinin bütün digər növləri, o cümlədən memarlıq, rəngkarlıq, qrafika, heykəltəraşlıq, tətbiqi sənət, musiqi, kino, teatr və s. ehtiva edilir.

Qanunda müəlliflik hüququnun obyektı olan əsərlər sırasına tö-rəm əsərlər, yəni tərcümələr, dəyişdirmələr, iqtibaslar, annotasiyalar, referatlar, xülasələr, icmallar, səhnələşdirmələr, aranjemanlar, elm, ədəbiyyat və incəsənət əsərlərinin yenidən işlənməsi aid edilmişdir.

"Müəlliflik hüququnun obyektı" adlanan 5-ci maddənin 2-ci bəndi müəlliflik hüququnun şamil edildiyi həm açıqlanmış, həm də açıqlanmamış əsərlərin mövcudluğunu nəzərdə tutur. Qanunun bu müddəası böyük əhəmiyyət kəsb edir. Qeyd etmək lazımdır ki, hər iki növ əsərlər qanunla qorunsa da, onlardan istifadə edilməsində böyük fərqlər mövcuddur. Belə ki, açıqlanmamış əsərlər toxunulmaz hesab olunur, yəni müəlliflərinin razılığı olmadan həmin əsərlərdən istifadə edilməsinə qanun heç bir halda yol vermir.

"Əsərin açıqlanması" dedikdə, müəllifin razılığı ilə əsərin ilk dəfə kütləyə çatdırılması məqsədilə nəşr (dərc) etdirilməsi, kütləvi ifa olunması, efirə verilməsi və başqa üsullarla edilən hərəkət, dərc edilmə (istifadəyə buraxılma) isə əsərin müəllifinin razılığı ilə əsərin kütlənin tələbatını ödəmək üçün dövriyyəyə buraxılması, elektron informasiya sistemləri vasitəsi ilə əsərdən istifadəyə imkan yaradılması nəzərdə tutulur (4-cü maddə). "Açıqlanma" və "dərc edilmə" oxşar məfhum olmaqlarına baxmayaraq, bir-birindən fərqlidirlər. Əsərin açıqlanması yalnız bir dəfə olur, daha sonra isə onun nəşri prosesi baş verir. Bundan başqa, üçüncü şəxslər (auditoriya) üçün əsərin açıqlanması o vaxt hüquqi qüvvəyə minir ki, bu əsərin müəllifi və ya onun hüquqi varisinin razılığı ilə həyata keçirilmiş olsun. Əgər açıqlanma müəllifin arzusunun əksinə olaraq baş vermişsə, əsər hüquqi cəhətdən açıqlanmamış statusuna malik olaraq qalacaqdır. Müəllif isə qeyri-qanuni olaraq açıqlanmış əsərin dövriyyədən çıxarılması, ondan istifadə edilməsinə qadağan qoyulma-

sı, günahkarların məhkəməyə cəlb edilməsi və s. kimi tədbirlərə əl ata bilər. Açıqlanmadan fərqli olaraq, nəşr edilmə, sadə dildə desək, əsərin nüsxələrinin çoxaldılması (əslində "C" - *copyright* işarəsinin hərfi mənası "çoxaltma hüququ" deməkdir), döviyyəyə buraxılması kimi başa düşülməlidir. Əsərin nəşr edilməsi də müəlliflə razılaşdırılmalı və əsərin xarakterindən asılı olaraq kütlənin ehtiyacının ödənilməsi üçün kifayət etməlidir.

Maraqlıdır ki, Qanunun 4-cü maddəsindəki "dərc edilmə" anlayışı Müəlliflik hüququ haqqında Ümumdünya Konvensiyasında təsbit olunmuş anlayışa uyğun gəlmir. Konvensiyanın 6-cı maddəsi "dərc edilmə" dedikdə elə əsərləri nəzərdə tutur ki, bunlar oxucu və ya tamaşaçı tərəfindən nəzər (vizual) qavraması üçün istifadə olunur. Ona görə də mətnli və mətnsiz musiqi əsərləri dərc edilmə əsərləri kimi qəbul olunurlar, belə ki, səsləndirilən musiqi əsərləri yalnız eşitmə qavraması üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Hələ keçmiş sovet dövründən qalma "xidməti əsər" ifadəsi yaşlı oxucu nəslinə yaxşı tanışdır. Sov.İKP-nin Baş Katibi L.İ.Brejnev "Xam torpaq", "Dirçəliş" və "Kiçik torpaq" əsərlərinin bilavasitə müəllifi deyildi və həmin kitabçaları Siyasi Büronun xidmətində duran "ştatlı" yazıçılardan biri yazmışdı. Adı çəkilən kitabçaların heç bir bədii yaradıcılıq dəyərində malik olmamasına, Sov.İKP Baş Katibinin burada kitab müəllifi ilə əmək münasibətlərində olan (işəgötürən) şəxs qismində çıxış etməsinə baxmayaraq, əsl müəllif kimi Lenin mükafatına layiq görülmüşdü. Belə misallardan xeyli çəkmək olar.

"Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında" Qanun işəgötürən-müəllif münasibətlərini 13-cü maddə ilə tənzimləyir. Hüquq elmi "xidməti əsər" anlayışına kifayət qədər aydınlıq gətirmişdir. "Xidməti əsər" dedikdə əsərin xidməti tapşırıq qaydasında yaradılması nəzərdə tutulur. Hər hansı bir elmi-tədqiqat və ya ali təhsil müəssisəsinin planlı şəkildə apardığı işlər "xidməti əsər" anlayışına aid edilə bilməz. Qəzet-jurnalların, kinostudiyaların, radio verilişlərinin və s. ştat üzrə əməkdaşlarının xidməti vəzifələrini yerinə yetirmək qaydasında yaratdıqları əsərlər isə "xidməti əsər" anlayışına daxildir. Əgər ştat üzrə əməkdaşın əsəri onun əmək fəaliyyəti ilə bilavasitə bağlı deyilsə, həmin əsər "xidməti əsər" sayılmır.

13-cü maddənin 2-ci bəndi xidməti əsərə sahiblik hüququnu müəyyən edir. Bu maddəyə əsasən əgər əsəri yaradanla işəgötürən arasında müqavilədə başqa hal nəzərdə tutulmazsa, xidməti əsərdən müstəsna istifadə hüququ işəgötürənə məxsusdur. Bundan əlavə, işəgötürən xidməti əsərdən istifadəyə görə müəllifə qarşılıqlı razılışma şəklində müəyyən edilmiş qonorar ödəyir. Və nəhayət, qanun nəzərdə tutur ki, işəgötürən–müəllif münasibətləri əmək qanunvericiliyinə uyğun olaraq əmək müqavilələri ilə tənzimlənməlidir.

Kollektiv əməyin məhsulu olan ensiklopediyalar, lüğətlər, elmi işlərin topluları, qəzet, jurnal və s. dövrü nəşrlər Qanunda kollektiv əsər kimi xarakterizə edilir. Bu nəşrləri buraxan fiziki və hüquqi şəxslər kollektiv əsərlərdən bütövlükdə istifadə etmək üçün müstəsna hüquqa malikdirlər. Bu o deməkdir ki, hər hansı bir qəzetin ştat üzrə müxbiri və ya fotoqrafı xidməti tapşırığı yerinə yetirərkən yaratdığı materialdan qəzetdə istifadə olunduğu üçün xüsusi bir mükafatlandırma ummamalıdır.

Kollektiv nəşrin hər bir müəllifi öz yaratdığı hissədən istifadə etmək hüququna malikdir.

Müəlliflik hüququ ilə qorunmayan əsərlər

Müəlliflik hüququ ilə ilk növbədə o əsərlər qorunmur ki, onlar elmi, ədəbi və incəsənət əsərlərinə xas olan xüsusiyyətlərə malik deyillər. Əgər iş prosesində yaradıcılıq deyil, sırf texniki nəticə əldə edilmişdirsə, həmin iş müəlliflik hüququnun obyektı olmayacaqdır. Telefon, sorğu kitabları, nəqliyyatın hərəkət cədvəli, ünvan kitabları, sırf informasiya xarakterli məlumatlar və s. bu növ nəticələrə aiddir.

Lakin dünya təcrübəsində bu cür nəşrlərin tərtibçiləri hər hansı bir orijinal metoddan istifadə edərək məlumatların tamamilə yeni sxemini ərsəyə gətirirlərsə, burada yeni bir münasibət yaranır. Qanunun 7-ci maddəsində ideya, metod, proses, sistem, üsul, konsepsiya və yeniliklərin müəlliflik hüququnun obyektı olub-olmadığı haqqında heç nə deyilmir.

Müəlliflik hüququnun subyektləri

Müəlliflik hüququnun subyektini dedikdə, yaradılmış əsərə münasibətdə müəlliflik hüququna malik olan şəxs başa düşülür. Müəlliflik hüququnun subyektini Azərbaycan Respublikasının vətəndaşı, əcnəbi şəxslər, vətəndaşlığı olmayan şəxslər, habelə onların varisləri ola bilər.

Müəlliflik hüququnun əsas subyektini əsərin müəllifidir. Yaradıcı əməyi ilə əsər yaratmış şəxs müəllif hesab olunur. Mövcud qanunvericiliyə əsasən, əsərin müəllifi yalnız fiziki şəxs ola bilər. Hüquqi şəxslər müqavilə əsasında müəyyən müəlliflik hüquqları əldə edə bilərlər.

Varislər. Müəllifin ölümündən sonra müəlliflik hüququnun subyektləri onun varisləri olur. Müəlliflik hüquqları həm vərəsəlik qaydasında, həm də vəsiyyətnamə ilə keçir. Vərəsəlik qaydasında varislərə müəlliflik hüquqlarının hamısı deyil, yalnız bir hissəsi keçir.

Öz əsərlərinə ömürlük müəlliflik hüququ olan müəlliflərdən fərqli olaraq varislərin müəlliflik hüquqları qanunla müəyyən edilmiş müddətlə məhdudlaşdırılmışdır. 26-cı maddənin 3-cü bəndində müəllifin ölümündən sonra 30 il müddətində ilk dəfə nəşr (dərc) edilmiş əsərə müəlliflik hüququ onun qanuni nəşr (dərc) edilmə tarixindən sonra 50 il ərzində varislərin müəlliflik hüquqlarının qüvvədə qaldığı göstərilir. Buradakı ümumi qaydada bir neçə istisna vardır. Əgər əsər şəriklidirsə, müəlliflik hüququ müəlliflərin bütün həyatı boyu və şərik müəlliflərin axıncısının vəfatından sonra 50 il müddətində qüvvədə qalır. Kollektivlərə isə müəlliflik hüquqları bu əsərin dərc edildiyi, əgər dərc edilməmişsə, yaradıldığı tarixdən 50 il müddətinə qüvvədə qalır. Qeyd olunmalıdır ki, RF-nın mövcud qanunvericiliyində anoloji müddətlər daha geniş şəkildə işlənmişdir. Anoloji RF qanunu müəllifin repressiyaya uğradığı halda bəraət aldığı vaxtdan sonrakı 50 il ərzində müəllif hüquqlarının qorunduğunu, müəllif Vətən müharibəsinin iştirakçısı olarsa, müəlliflik hüququnun daha 4 il artmasını təsbit etmişdir.

Əsər yaratmış hər bir müəllif bu əsərin istifadəsi üçün hüquqlarını təşkilatlarla və başqa fiziki şəxslərlə bağladığı müqavilələrdə təsbit etmiş olur. Söhbət yazılı (mətn) əsərlərdən və ya kağız üzərində çap ediləcək təsviri incəsənət əsərlərindən gedirsə, belə bir

təşkilat kimi nəşriyyat çıxış edir.

Müəlliflik hüquqlarının nəşriyyata satılması və ya əsərdən istifadə üçün nəşriyyata müstəsna və ya qeyri-müstəsna hüquqların verilməsi qaydaları və şərtləri müəlliflə nəşriyyat arasında bağlanmış müqavilələrdə əks olunur. Bu haqda növbəti fəsilə söz açılacaq.

Beynəlxalq təcrübədə müəlliflik hüququ konsepsiyasına müxtəlif yanaşmalar

Qərb ölkələrinin müvafiq qanunvericiliyində bu məsələ ilə bağlı iki əsas fəlsəfi yanaşma özünü büruzə verir. Bunlardan biri anqlosakson, yaxud ümumi adlandırılan istiqamətdir. Həmin hüquq nəşrin ilk sahibinə (adətən bu, müəllif olur) imkan verir ki, öz əsərinin potensial istifadəçiləri ilə sərbəst şəkildə danışıqlar apararaq bu əsərdən tam və ya qismən istifadə etmək hüququnu onlara versin. Qeyd edək ki, müəlliflik hüquqlarının tam şəkildə istifadəçiyə verilməsi praktikasından qərbdə kifayət qədər geniş istifadə olunur. Məsələn, bu təcrübə tədris və elmi ədəbiyyatın nəşirləri arasında çox geniş yayılıb. Bu üsul nəşirlərə bir çox üstünlüklər verir. Belə ki, bu zaman müəlliflik hüququnu əldə etmiş nəşir, sərbəst şəkildə məhkəmədə iddia qaldıraraq ona verilmiş hüquqları müdafiə edə bilər. Amerika Birləşmiş Ştatları və Böyük Britaniyadakı müəlliflik hüququ konsepsiyasının əsasında məhz bu cür yanaşma dayanır. Yeri gəlmişkən deyək ki, bir sıra qərb ölkələrində kitabın dizaynı və ümumi tərtibatı ilə bağlı müəlliflik hüququ da məhkəmə iddiasının qaldırılması üçün əsas ola bilər.

Haqqında söz açacağımız daha bir konsepsiya isə *droit d'auteur*-dir (fransızca "müəllifin hüququ" deməkdir). Bu müəlliflik hüququnun yuxarıda dediklərimizdən fərqi odur ki, burada ilk növbədə əsərin yaradıcısının əsər üzərindəki mənəvi hüquqları qabardılır. Başqa sözlə, "müəllifin mənəvi hüquqları", bəzən də "şəxsi hüquqlar" deyilən aspekt əsas götürülür. Avropanın sözügedən qanunvericiliyində geniş yer tutan bu konsepsiya İngiltərədə yalnız 1988-ci ildə qəbul edilib, ABŞ-ın müvafiq qanunvericiliyində isə hələ də öz həllini tapmayıb.

Keçmiş sosialist üsuli-idarəsi müəllifin öz əsəri üzərindəki hüquqlarını tanısa da, əslində bütün prosesləri nəzarət altına almış olurdu. Əsərin tərcüməsi, xarici ölkədə nəşr olunması və b. bu ki-

mi məsələlərə razılıq verilməsinə yerli nəşriyyatlar ümumiyyətlə yaxın buraxılmır, bu funksiyalar bütünlüklə dövlətin nəzarəti altında, mərkəzi agentlik tərəfindən yerinə yetirilirdi. Ümumittifaq Müəllif Hüquqları Agentliyinin müttəfiq respublikalardakı şöbələrinə qanunvericiliklə kifayət qədər geniş hüquqlar verilmişdi və bir çox hallarda onlar müəllifin razılığı olmadan belə onun əsərini xaricdə çap etdirə bilir, müəllifə veriləcək qonorarın məbləği, yaxud ümumiyyətlə qələmhaqqı verilib-verilməməsi məsələsini isə rəsmən müəyyən olunmuş hədlər çərçivəsində özləri həll edirdilər.

Hüquqi qanunvericilik müəlliflik hüquqları ilə ticarətin əsası kimi

Müəlliflik hüququnun əldə edilməsi məsələsinə bir qədər yaxından nəzər salaq. Tutaq ki, intellektual mülkiyyətin daxili hüquqi qanunvericiliklə qorunduğu ölkədə yaşayan naşir, öz ölkəsinin də qoşulduğu beynəlxalq konvensiyaların üzvü olan ölkələrdən birində çap olunmuş kitabı yenidən nəşr etmək istəyir. Bu zaman o, müəyyən edilmiş qaydada həmin çap məhsulunun sahibindən nəşrin yenidən çap edilməsinə icazə almalıdır. Həmin icazəni verənlər əmin olmalıdırlar ki, yeni nəşrlə bağlı müəlliflik hüquqları yerli qanunvericiliyin imkan verdiyi səviyyədə qorunacaqdır. Burada bir məqamı da vurğulamaq yerinə düşərdi. Əgər əsərin müəyyən ölkədə nəşri üçün hüquqlar alınarsa, bir çox hallarda onun bu ölkənin dilinə tərcüməsi üçün xüsusi icazə alınmasına ehtiyac qalmır. Lakin bu halda nəzakət xatirinə orijinalın sahiblərinə planlaşdırılan tərcümə haqqında məlumat verilməlidir.

Əsərin müəllifinin hüquqları qorunduğu kimi, onu tərcümə etmiş şəxsin də müəlliflik hüquqları qanunvericiliklə eyni müddət ərzində qorunur. Əgər naşir əsərin tərcüməsinin çapına razılığı məhdud zaman üçün almışsa, bu müddət bitdikdən sonra nəşriyyatın tərcüməçi ilə problemləri meydana çıxa bilər. Qərbdə, bir qayda olaraq, bu cür hallar baş vermir. Çünki burada nəşriyyatlar tərcümə üzərindəki hüququn tərcüməçi tərəfindən onlara birdəfəlik verilməsini tələb edirlər. Bundan sonra tərcümə əsəri üzərində müəlliflik hüququnun bir nəşriyyatdan başqasına ötürülməsi artıq tərcüməçinin yox, nəşriyyatların özlərinin işi olur.

Müəlliflik hüququnun qorunma müddəti

Müəlliflik hüquqları hər bir ölkənin daxili qanunvericiliyi ilə nizamlanan məsələ olduğundan, bunların qorunma müddəti də ayrı-ayrı ölkələrdə müxtəlifdir. Qəribə vəziyyət yaranır: bir ölkədə hələ də qorunmaqda olan əsərlər siyahısında olan bir əsər başqa bir dövlətdə artıq qorunma müddəti bitmiş hesab olunur.

Bəzi ölkələrdə müəlliflik hüququ müəllifin bütün həyatı boyu və ölümündən 25 il də sonra qorunur. Vaxtilə SSRİ-də də bu müddət məhz belə müəyyənləşdirilmişdi. Bir çox qərb ölkələrində müəllifin əsər üzərindəki hüquqları onun ölümündən 50 il keçənədək qorunur. Almaniyada isə bu müddət hətta 70 il idi. 1 iyul 1995-ci ildə Avropa Birliyinin üzvü olan ölkələrin müvafiq qanunvericiliyini uzlaşdırmaq məqsədilə qorunma müddətinin bütün Avropa ölkələri üçün 70 il müəyyənləşdirilməsi qərara alınıb. Hələlik, köhnə qanunvericiliklə qorunma müddəti bitsə də, yeni qanunvericiliyə görə qorunmalı olan əsərlərlə bağlı məsələnin necə həll olunacağı məsələsi açıq qalmaqdadır. Başqa bir problem isə ABŞ-da müəlliflik hüquqlarının qorunması müddətinin hələ də 50 il həddində qalmasıdır.

Xarici əlaqələrdə müəlliflik hüququnun tənzimlənməsi

Bu məsələ dövlətlər arasında ya mətnində müəlliflik hüququnun qorunması məsələsi də ehtiva olunmuş ikitərəfli razılaşma, yaxud ticarət müqavilələri ilə, ya da hər iki ölkənin müəlliflik hüququnun qorunması ilə bağlı beynəlxalq sazişlərə qoşulması ilə həyata keçirilir. Bu beynəlxalq sazişlərdən biri 1886-cı ildə yaradılmış Bern Konvensiyası, digəri isə 1952-ci ildə təsis edilmiş Ümumdünya Konvensiyasıdır. Hər iki konvensiya müəllif hüquqlarının, üzv ölkənin daxili qanunvericiliyi ilə tənzimlənən minimal qorunma standartlarını müəyyənləşdirir. Lakin bunların fəaliyyətində müəyyən fərqlər də vardır. Belə ki, Bern Konvensiyası müəllifliyin formal qeydiyyatı prosedurunun olmamasını təsdiqləyir və əsər üzərində müəlliflik hüququnun qorunması müddətinin müəllifin bütün həyatı boyu, eləcə də onun ölümündən 50 il sonra da qüvvədə qalmasını təmin edir. Ümumdünya Konvensiyası isə bu hüquq-

qun ömürlük saxlanması ilə bahəm, bu hüququn müəllifin ölümündən sonra 25 il sonra da qorunmasını təmin edir. Bu təşkilat həmçinin ədəbi əsərin bütün nüsxələrində müəlliflik rəmzi olan © işarəsinin verilməsi tələbini irəli sürür və rəsmi şəkildə müəllifliyi təsdiqləyir.

Qərb dövlətlərinin əksəriyyəti hər iki beynəlxalq təşkilatın üzvüdür. Daxili qanunvericiliyində müəlliflik hüququnun qeydiyyatı məsələsində fərqlər olduğundan, ABŞ Bern Konvensiyasına yalnız bu fərqi aradan qaldırıqdan sonra daxil ola bilmişdi. Keçmiş SSRİ yalnız 27 may 1973-cü ildən Ümumdünya Konvensiyasına qoşulmuşdu.

Xarici nəşrin çap hüququnu necə almaq olar

Fərz edək ki, siz yaxşı bir kitaba rast gəlmisiniz və onu tərcümədə, yaxud orijinalın dilində çap etdirmək istəyirsiniz. Bu zaman siz ilk növbədə çap hüququnun sahibi ilə əlaqə saxlamalı, ona müvafiq ərizə ilə müraciət etməlisiniz.

Xarici nəşrin çap hüququnun kimə məxsus olması, yaxud bu hüququn verilməsinə kimin nəzarət etməsi məsələsi Azərbaycan nəşri üçün olduqca çətin və dolaşlıq işə çevrilə bilər. Tədris ədəbiyyatı və akademik nəşrlərin müəlliflik hüququ çox vaxt nəşriyyatlarda olduğundan, bu tip ədəbiyyatın çapı üçün icazənin əldə edilməsi çətin olmur. Bəzi hallarda müəlliflər hətta nəşriyyata müəlliflik hüququ ilə bağlı əlavə səlahiyyətlər də verirlər. Çox az müəllif olur ki, öz hüquqlarının təmsil edilməsini xüsusi agentlərə həvalə edir. Müəlliflik hüququnun tam şəkildə nəşriyyata verilməsi haqqında informasiya adətən titul vərəqinin arxa tərəfində əks olunur.

Belletristik ədəbiyyat, yaxud populyar qeyri-bədii əsərlərin çapı üçün razılıq alınması isə nisbətən çətin başa gələn bir işdir. Çünki bu cür əsərlərin müəllifləri öz müəlliflik hüquqlarını nəşriyyata verməyi xoşlamır, hüquqların satılması ilə ya özləri məşğul olur, ya da bu işi satış agentlərinə həvalə edirlər. Bir qisim müəlliflər əsərin tərcüməsinə razılıq verilməsi hüququnu ya onu ilk dəfə çap etmiş nəşriyyatda saxlayır, ya da öz agentlərinin öhdəsinə buraxırlar. Lisenziya üzrə kitab dərc edən bir çox qərb nəşriyyatları öz kataloq-

larına siyahı daxil edərək hər bir kitabın çapına kimin icazə verdiyini göstərirlər.

Bu və ya digər ölkədəki nəşriyyatın, yaxud satış agentinin çap hüququnun satılmasını subagentə tapşırması zamanı vəziyyət mürəkkəbləşir. Və əgər bu haqda informasiya vaxtında kataloqa daxil edilməyibse, iş daha da dolaşır. Əgər kataloqda sizi maraqlandıran nəşrlə bağlı dəqiq məlumat yoxdursa, müvafiq nəşriyyatın müəllif hüquqları şöbəsinə sorğu ilə müraciət edərək dəqiq ünvanı müəyyənləşdirməlisiniz.

Gördüyünüz kimi, bu və ya digər nəşrin çapına icazə almaq məsələsi dolaşığa düşə bilər və əslində nəşirlərin çoxu bundan az əziyyət çəkmir. Keçmiş sovet məkanında fəaliyyət göstərən nəşriyyatların bir çoxu qərb nəşriyyatları ilə birbaşa əməkdaşlığın tərəfdarı olsalar da, hələ ki, vasitəçi agentlərsiz işləmək arzu olaraq qalır. Bu məsələyə digər tərəfdən yanaşdıqda isə bir çox hallarda vasitəçi agentlərin hüquqalma işinə əhəmiyyətli kömək göstərdiyini də görməmək mümkün deyil.

Əgər sizin hər hansı bir kitabın çapına icazə almaq fikriniz varsa, kitabın naşiri olan nəşriyyatın çap hüququ üzrə menecerinə sorğu-məktub göndərərək çap hüququnun birinci sahibinin kimliyi ilə maraqlanmalısınız. "Literari Marketpleys" və ya "İnterneyşnl Literari Marketpleys" məlumat kitablarınız varsa, onda nəinki sizi maraqlandıran nəşriyyatın telefon və faks nömrələrini əldə edəcək, həmçinin çap hüququ ilə məşğul olan əməkdaşların adlarını da öyrəne biləcəksiniz.

Fərz edək ki, sizin müvafiq məlumat kitablarınız yoxdur, bu və ya digər kitab haqqında isə ya resenziyadan oxumuş ya da onu kitabxanada görmüsünüz. Bu halda yaxşı olar ki, Britaniya Şurasının, Soros Fondunun yerli şöbələrinə, yaxud kitabın nəşr olunduğu ölkənin səfirliyindəki kommersiya bölümünə müraciət edəsiniz. Onlar ya sizə həmin ölkədəki nəşirlər birliyinin, ya da həmin nəşriyyatın koordinatlarını verəcəklər.

Əgər siz kitabla əməlli-başlı tanış ola bilməmisinizsə, məktubunuzda həmin kitabın bir nüsxəsinin göndərilməsini də xahiş edə bilərsiniz. Adətən qərb nəşirləri həmin nüsxə üçün pul istəmirlər. Kitabın çap hüququnun alınması ilə bağlı məsələyə toxunarkən hazırda həmin hüququn hələlik heç kim tərəfindən alınmaması ilə yana-

şı, hansı növ hüquqa yiyələnmək istədiyinizi (tərcümə, təkrar çap (reprint), yoxsa ki, lüğətlərdə olduğu kimi, orijinala tərcümə mətninin əlavə edilməsi) də göstərməlisiniz. Əgər həmin nəşriyyatla ilk dəfə əlaqə saxlayırsınızsa, öz nəşriyyatınız barədə minimum informasiya verməyiniz pis olmazdı. Eyni zamanda, əgər nə vaxtsa bu ölkədəki başqa nəşriyyatdan çap hüququ əldə etmişinizsə, bu faktı da göstərmək lazımdır.

Bilməlisiniz ki, adətən qərb nəşriyyatları lüğət kitabları və bu kimi ədəbiyyatın çapı üçün hüququn verilməsinə həvəsli olmur, bu bazarda öz məhsullarının realizəsinə özləri təşkil etməyə daha çox meyl edirlər. Nəşriyyatları bu hüququn verilməsindən çəkindirən başqa bir amil isə lisenziya əsasında buraxılan eyni, lakin xeyli ucuz məhsulun qonşu bazarlara yol taparaq rəqabət yaratması, satış səviyyəsinə təsir etmək təhlükəsidir.

Kitabın çapı ilə bağlı hüquqların satışı zamanı tender texnologiyası tətbiq olunursa, adətən əvvəlcədən nəşriyyata bu haqda xəbərdarlıq edilir və müsabiqənin şərtləri haqqında məlumat verilir.

Çapını həyata keçirmək istədiyiniz kitab əlinizin altındadırsa, onda sorğunuza daha konkret informasiya əlavə edə bilərsiniz: tiraj və nəzərdə tutduğunuz qiymət nə qədər olacaq və s. Milli valyutanın devalvasiyası, inflyasiya, kitab realizəsi kanallarının müxtəlifliyi və s. faktorları nəzərə alaraq bir nüsxənin dəyərini topdansatış qiymətləri ilə göstərmək lazımdır. Bu amili qərb nəşriyyatları da nəzərə almalıdırlar. Çünki çox vaxt burada müəllifə veriləcək qonorarın (royalti) hesablanması praktikası todansatış yox, pərakəndə satış qiymətlərindən faiz çıxımına əsaslanır.

Tərcümə nəşrlərinə maliyyə yardımı ayrılması mümkündürmü? Bəzi qərb ölkələrinin hökumətləri öz ölkələrindəki müəlliflərin əsərlərinin tərcüməsinin və yenidən çapının başqa ölkələrdə həyata keçirilməsinə xüsusi diqqət yetirirlər. Bu, əsasən o ölkələrdədir ki, burada tərcümə ədəbiyyatının hasilə gətirilməsi maliyyə köməyindən asılıdır. Bir sıra kitabların çapı üçün müəlliflik hüququnu bu maliyyə proqramları çərçivəsində əldə etmək mümkündür. Qeyd edək ki, bu və ya digər ölkədə çapı üçün maliyyə köməyi nəzərdə tutulmuş ədəbiyyat növü də bir qayda olaraq müxtəlif olur.

Beynəlxalq informasiya agentliyi olan YUSIA ABŞ ilə qarşılıqlı anlaşmanın və mədəni əlaqələrin möhkəmləndirilməsinə kömək

edən ingilisdilli ədəbiyyatın müəlliflik hüququnun əldə olunmasına yardım göstərir. Bu informasiyaları istənilən ölkədəki ABŞ səfirliyinin xarici əlaqələr şöbəsində, ya da bilavasitə YUSİA-nın kitab nəşri proqramlarında (*Book Programs Division, USIA, Washington, D.C. 20547, USA*) tapmaq olar. YUSİA tez-tez hüquq sahibi ilə lisenziya alıcısı arasında vasitəçi rolunda da çıxış edərək bu işdə yardımçı olur.

Fransa hökuməti Mədəniyyət nazirliyi vasitəsilə fransalı müəlliflərin əsərlərinin tərcüməsinə yardım proqramı çərçivəsində maliyyə dəstəyini həyata keçirir (*Ministere de la Culture et Francophonie, Direction du livre et de la lecture, Bureau de la promotion du livre francais, 53 rue Verneuil, 75007 Paris, France*). Bu zaman adətən maliyyə yardımı üçün sorğunu potensial lisenziya alanın adından Fransadakı nəşriyyat tərtib edir.

Almaniyada tərcümə nəşrlərinin maliyyələşdirilməsi işini "Internasionales" həyata keçirir (*Internationales, Kennedyallee 91-103, D-5300 Bonn 2, Germany*). Alman bədii ədəbiyyatının, yüksək səviyyəli populyar qeyri-bədii nəşrlərin, gənclər üçün ədəbiyyatın və elmi nəşrlərin nəşrləri maliyyə dəstəyi ala bilər. Maliyyə köməyinin alınması üçün sorğu alman nəşriyyatı vasitəsilə təqdim olunur.

Böyük Britaniyada da bu cür hökumət proqramları var. Bu ölkədəki "Nou-Hau" Fondu Mərkəzi və Şərqi Avropada, həmçinin RF-dən başqa keçmiş SSRİ-nin bəzi ölkələrinə nəşriyyat işinin inkişafı məsələlərində kömək edir, bu ölkələrdəki nəşriyyatlar üçün mütəxəssislərin hazırlanmasına, nəşriyyatların rəhbər işçilərinin təcrübəsinin artırılmasına yardım göstərir. Britaniya Şurası isə ingilis dili üzrə tədris kitablarının diapozitivlərinin əldə olunmasına yardım edir. Bundan başqa, Britaniya Şurası LPBB (*Lou-Prays Britis Buks*) proqramı çərçivəsində Mərkəzi və Şərqi Avropa, habelə keçmiş SSRİ-nin tərkibinə daxil olmuş bəzi ölkələrin nəşrlərinə ucuz ingilis nəşrlərinin çapı işində maliyyə köməyi göstərir.

Bu cür dövlət proqramları tərtib edilərkən yardım olunacaq ölkələrin siyahısı təsdiqlənir. Təəssüf ki, Azərbaycan bir sıra hallarda bu siyahıya daxil olmur. Məsələn, "Nou-Hau" Fondunun BBM (*British Books for Managers*) proqramına daxil olan ölkələr arasında Azərbaycanın adı yoxdur. Bu əsasla 2000-ci ildə Azərbaycan nəşriyyatlarından birinin bu təşkilata müraciətinə rədd cavabı veril-

mişdi.

Əgər nəşrin çapının lisenziyalaşdırılmasının maliyyə şərtləri bilavasitə nəşirlə razılaşıdırılırsa, yəni bu iş maliyyə dəstəyi proqramı çərçivəsində həyata keçirilmirsə, onda müəlliflik hüquqlarının verilməsinə nəzarət edən nəşir və ya agent lisenziya alandan gələcək nəşrin əsas parametrləri ilə bağlı (nəşrin nəzərdə tutulan tirajı, topdansatış, yaxud pərakəndə satış qiyməti dəqiq göstərilməklə realizə qiyməti və s.) informasiya verilməsini tələb edəcək.

Materialdan sitat gətirilməsinə icazə verilməsi

Bəzən elə olur ki, kitabda əvvəllər çap olunmuş mənbələrdən keyli sitat verilir (deyə ki, bu poeziya antologiyası, qısa hekayələr toplusu, yaxud da çoxlu sitatın verildiyi ədəbi-tənqidi əsərdir). Yaxud da deyək ki, kitabda çoxlu illüstrativ material var. Bu halda da hüquqları aldığınız nəşirin bu materiallardan istifadə hüququna malik olduğunuzu tam dəqiqləşdirməlisiniz. Bir sıra hallarda çap hüququnu satan nəşriyyat həmin sitatların, ya da illüstrasiyaların başqasına verilməsi (satılması) hüququna malik olur.

Bunu bir nümunə əsasında izah edək. Böyük Britaniya nəşiri vaxtilə nəşr etdiyi ingilisdilli dərsliyə daxil edilmiş illüstrativ materiallar üçün ya muzeydən, ya da kommersiya agentliyindən qanunla qorunan müəlliflik hüquqları üçün icazə alıb və bu zaman dərsliyin yayılacağı ərazinin ABŞ-dan başqa bütün dünya ölkələri olacağı razılaşıdırılıb. Təbii ki, bu zaman həmin kitabın yayılmasına qoyulan məhdudiyyətə əməl olunmalıdır. Bir çox müəlliflik hüququ sahibləri müqavilələrin imzalanması zamanı xüsusi olaraq vurğulayırlar ki, nəşrin başqa dildə, yaxud başqa nəşir tərəfindən çapı zamanı sitatlardan və ya illüstrasiya materiallarından istifadə üçün müəlliflik hüququnun sahibindən yenidən icazə alınmalı və təbii ki, bunun üçün ona müəyyən məbləğdə pul ödənilməlidir.

Göründüyü kimi, kitabın çapı üçün icazənin bir neçə mənbədən alınması onun tərcüməsinin işıq üzü görməsini az qala mümkün edir. Əgər hətta bu vəziyyətdə də nəşir tərcümənin nəşrindən imtina etmək fikrində deyilsə, onda ya koordinatlarını alaraq müstəqil şəkildə əlavə hüquqların sahibinə müraciət etməli, ya da

bu işi kitabın çapı hüququnu əldə etmək üçün danışıqlar apardığı qərb nəşriyyatına həvalə etməlidir. Bir qayda olaraq, həmin nəşriyyata sözügedən hüquqların alınması xidməti müqabilində ümumi məbləğin 10-15 faizi qədər pul ödəmək lazım gəlir. Ola da bilər ki, həmin nəşriyyat sizə xoş münasibət bəsləyərək xüsusi icazəni vaxtilə özü ödədiyindən aşağı qiymətə alsın. Ancaq bu çox nadir hallarda mümkün olur, çünki bu cür hüquqların sahibləri, bir qayda olaraq, muzeylər və ya kommersiya agentlikləri olur.

Bu cür hallarla qarşılaşmamaq üçün bir çox qərb nəşriyyatları illüstrativ materialları özləri sifariş verir və nəşrin çap hüququnun tam sahibinə çevrilirlər. Əgər nəşir çap hüququnun tam sahibi deyilsə, lakin bu nəşrin bir çox dünya dillərinə tərcümə olunacağı imkanını istisna etmirsə, onda bəri başdan xərc çəkərək nəşrin bütün dünyada digər dillərə tərcümə olunaraq yayılması hüquqlarını tamamilə ala bilər. Təbii ki, bu zaman çəkilmiş xərcin bir hissəsi lisenziya alanların öhdəsinə düşəcəkdir. Başqa bir variant da mümkündür: çap hüququnun sahibi nəşrin yaxşı satıla biləcəyi regionda ofis açaraq tərcümənin nəşri və realizəsi ilə özü məşğul olur və yerli nəşriyyatlara bu hüququ verməyi heç ağılına da gətirir.

Yuxarıda deyilənlərdən irəli gələn nəticə budur ki, hər hansı kitabın çapı hüququnu əldə etməyə başlayarkən siz qərb nəşirinə mütləq belə bir sualla müraciət etməlisiniz: "Sizin təklif etdiyiniz məbləğ illüstrativ materiallar, sitatlar və digər bu kimi hüquqları da özündə ehtiva edirmi, mən bu problemlərlə bağlı əlavə kiməsə müraciət etməli deyiləm ki?".

NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS FOR PUBLISHING**HÜQUQ SAHİBLƏRİNİN MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ
VƏ HÜQUQ ALIŞ-SATIŞI****Tövsiyələr:**

- *tərəfdaş üçün münasib və satış üçün sərfəli olan hüquq sahibliyi formasını seçin;*
- *hüquqların idarəçiliyi üzrə dəqiq və müasir tələblərə cavab verən sistem yaradın;*
- *müəlliflik hüququnun alışıdan gözlənilən gəliri müfəssəl qiymətləndirin;*
- *nəşrlərin müxtəlif bazarlar üçün nə dərəcədə münasib olduğunu qiymətləndirin;*
- *müəlliflik hüququnun hüdudlarını və xarakterini müəyyən edin;*
- *müəyyən ərazi (bölgə, ölkə) üzrə alınan zəruri icazələrin və müəlliflik hüququnun təmin edilməsi yollarını müəyyən edin;*
- *hansı hüquqları satmaq, hansıları isə özündə saxlamaq barədə qərar qəbul edin;*
- *zəruri hallarda hüquqlara sahiblik şərtlərinə uyğun əlavə və dəyişikliklər təklif edin;*
- *hüquqlar bazarını və potensial müştəriləri təhlil etməklə, nəzərdə tutulan kitabların nəşri hüquqlarının satışından gələn gəliri proqnozlaşdırın;*
- *hüquqların alışı və satışı üzrə münasib və müasir tələblərə cavab verən potensial tərəfdaşların siyahısını tərtib edin və bu siyahı üzrə işləyin;*
- *hüquqların alışı və satışı üzrə potensial tərəfdaşları müəlliflik hüququ barədə müntəzəm olaraq məlumatlandırın;*
- *bazarı öyrənən bir mənbə kimi hüquqların alqı-satqısı ilə bağlı əvvəlki və cari təcrübəni kifayət qədər müfəssəl və səliqəli şəkildə qeydə alın;*
- *potensial tərəfdaşlar və bazarlarla müntəzəm əlaqə saxlayın;*

- hüquqlar bazarında şirkətin səmərəli və etibarlı təmsilçiliyini təmin edin və qoruyub saxlayın;
- səmərəli əməkdaşlıq keyfiyyətlərini qoruyub saxlayın və satılacaq sahiblik hüquqlarını müəyyənləşdirin.
- düzgün vaxt seçimi və satış metodu vasitəsilə kapital qoyuluşundan əldə ediləcək potensial gəliri maksimum həddə çatdırmağa çalışın;
- hüquqlar və birgə nəşr haqqında dəqiq və müasir tələblərə cavab verən hesabatlar tərtib edin.
- tələb olunan hallarda gələcək tərəfdaşların etibarlılığına dəlalət edən arayışlar əldə edin;
- prosesin uyğun mərhələlərində birgə nəşr barədə danışıqlarda iştirak edən həmkarlara tövsiyələr verin;
- potensial hüquqların münasib alıcılarının siyahısını tərtib edin və bu siyahı üzrə işləyin;
- yeni potensial bazar sahələrini düzgün qiymətləndirin və müntəzəm olaraq nəzərdən keçirin;
- potensial müştərilər və bazarlarla müntəzəm əlaqə saxlayın;
- müəlliflik hüququ almaq istəyən namizədin nəşr planları və iş grafiki ilə tanış olun.

Zəruri bilik və vərdislər:

- mətnin və illüstrasiyaların məzmunu və nəşrin xarakteri üzrə bazar tələbləri;
- hüquqların satışından əldə ediləcək mənfəət və gəlirin hesablanması;
- müxtəlif bazarlarda maliyyə imkanları;
- birgə nəşrlərdə gəlir bölgüsü prinsipləri;
- bazar haqqında informasiya mənbələri (kataloqlar, kitab sərgiləri və s.);
- müəllif hüquqları üzrə uyğun beynəlxalq konvensiyalar;
- Azərbaycanın və digər xarici ölkələrin müəlliflik hüquqları üzrə qanunvericiliyinin patentləşdirmə şərtlərinə təsir göstərən komponentləri;

- ↳ bazarlar arasındakı fərqlər;
- ↳ hüquqların satışına təsir göstərən xüsusi şərtlər; o cümlədən, mədəni, siyasi və sosial şərtlər;
- ↳ Azərbaycanın və digər xarici ölkələrin müəlliflik hüquqları barəsində qanunvericiliyi; mövcud təcrübələr; fərqli və oxşar meyllər;
- ↳ müəllifin əvvəlki əsərlərin satışı ilə bağlı rekord göstəricisi;
- ↳ elektron (kompüter) mətnləri sahəsində hüquqlara sahibliyi necə müəyyənləşdirməli;
- ↳ müəlliflik hüququnun alınması proseduru və onu əks etdirən sənədlər;
- ↳ şirkətin öz buraxılış məlumatları əsasında kitabların yayılması və istifadəsi üzrə apardığı siyasət;
- ↳ planlaşdırılan satış, kitabların təkrar nəşri, onların xarici dilə tərcüməsi və s. ilə bağlı hüquqların tənzimlənməsi yolları;
- ↳ xarici və daxili satış idarələrinin tələbləri və iş qaydaları;
- ↳ hüquqların satışından əldə edilə biləcək mənfəət və gəlirlərin hesablanması;
- ↳ müəllif hüquqları üzrə uyğun beynəlxalq konvensiyalar;
- ↳ Azərbaycanın və digər xarici ölkələrin müəllif hüquqları üzrə qanunvericiliyinin patentləşdirmə şərtlərinə təsir göstərən komponentləri;
- ↳ potensial tərəfdaşların hüquq alqı-satqısı sahəsindəki siyasəti; birgə nəşrlər üzrə qiymətlərin təyini düsturları;
- ↳ şirkətin öz buraxılış məlumatları əsasında kitablarının yayılması üzrə apardığı siyasət;
- ↳ bazarın həcmi və dövriyyəsinə, bazarda təmsil olunan müxtəlif nəşr sahələri, bazarın etibarlılığı;
- ↳ patenti alınan nəşrin tirajı, qiyməti; avansın hesablanmasına bu amillərin təsiri;
- ↳ müəlliflik hüquqlarını satdığınız alıcıların etibarlılığı və nəşr fəaliyyəti barədə informasiya mənbələri;

HÜQUQLAR BARƏDƏ DANIŞIQLAR VƏ RAZILAŞMALAR

Təvsiyələr:

- *satılacaq hüquqların xarakterini və məhdudiyyətlərini dəqiq müəyyən edin;*
- *bütün patentlərin detallarını dəqiq və mükəmməl təhlil edin;*
- *hüquqların sahibləri üçün maliyyə şərtlərini və hüquqların satışı üzrə ödəmələrin mümkün tarixini müəyyənləşdirin;*
- *birgə nəşr üzrə müqavilədə bütün maliyyə şərtlərinin nəzərə alınıb-alınmadığını yoxlayın;*
- *müəlliflik hüququ ilə qorunan materialların təchizatı üzrə qiymət və qrafikin dəqiq müəyyən edilməsi üçün danışıqlar aparın;*
- *zəruri hallarda müştəridən vəkalətnamə və zəmanət məktubları tələb edin;*
- *müqavilənin şərtlərinə uyğun şəkildə, müəlliflik hüququ alınan şəxsi məlumatlandırın;*
- *müəllifə qonorar verilməsi barədə müqavilə bəndlərini dəqiq işləyin;*
- *müqavilə şərtlərinin patent verən tərəfin mənsub olduğu ölkənin qanunlarına nə dərəcədə uyğun olduğunu yoxlayın;*
- *nəşr olunan kitab barədə müqavilə şərtlərinin düzgün və ardıcıl tərtib olunmasını təmin edin;*
- *müqavilələrin düzgün tərtib olunduğuna və hər bir tərəfdən səlahiyyətli şəxslər tərəfindən imzalandığına əmin olun;*
- *bank kreditləri, hesablaşma qaydaları və vergi güzəştlərini nəzərə alın;*
- *müəlliflik hüququnu satan şəxslə bağlı bütün ödəniş qəbzlərinin düzgün doldurulduğuna nəzarət edin;*
- *hüquqlar barədə müqavilələr üzrə monitorinq keçirin və bu müqavilələrin hüquqi və maliyyə şərtlərinə necə əməl olunduğunu nəzərdən keçirin;*
- *hüquqların satışından gələn gəlirləri maksimum həddə çatdırmaq üçün hüquqların hazırkı sahibləri ilə patentləri yeniləşdirin;*

- ☛ *birgə nəşrlər üzrə razılaşıdırılmış müddətlərə əməl etmək üçün redaktə və istehsal sahəsində çalışan əməkdaşlarla qiymət və qrafikləri təsdiq edin;*
- ☛ *təkrar sifarişlər üçün imkan yaratmaq məqsədilə gələcək təkrar nəşrlər haqqında birgə nəşr üzrə xarici tərəfdaşlarınızı müntəzəm məlumatlandırın.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ☛ *sahiblik hüququ və müştəriyə münasib olan hüquq razılaşmaları tipləri;*
- ☛ *müəlliflik hüquqları üzrə yerli qanunvericilik və uyğun beynəlxalq konvensiyalar;*
- ☛ *hüquq satışı üzrə müqavilənin səciyyəvi cəhətləri və tələb olunan komponentləri;*
- ☛ *planlaşdırılan satış qaydası, kitabların təkrar nəşri, onlardan çıxarış, xarici dilə tərcümə ilə bağlı hüquqların tənzimlənməsi;*
- ☛ *müştəri haqqında müvafiq informasiya - maliyyə imkanları, işlədiyi bazarın xüsusiyyətləri, rəqibləri, bazardakı yeri;*
- ☛ *müqavilənin təfsilatı və yerli hüquqi tələblər;*
- ☛ *bazar amilləri (qüvvələri) və hüquqların dəyərinə onların təsiri;*
- ☛ *vəkalətnamə əldə etmək qaydaları;*
- ☛ *ölkənin müvafiq idarəsi vasitəsilə patentləşdirmə qaydaları;*
- ☛ *uyğun bazarlarda nəşr təcrübəsi;*
- ☛ *akkreditiv (zəmanət məktubu) kimi tələb olunan əlavə sənədlərin mahiyyəti;*
- ☛ *hüquq sahibliyi ilə bağlı detalların qeydə alınması qaydaları;*
- ☛ *mənfəətin hesablanması üçün bazar amilləri;*
- ☛ *təşkilatın strukturu və şirkətin iş qaydaları;*
- ☛ *istehsal və təkrar nəşr qrafikləri;*
- ☛ *təkrar nəşrlə bağlı redaksiya, istehsal və satış şöbələrinin təşkilati quruluşu, siyasəti və iş qaydaları.*

NƏŞRİYYAT MÜQAVİLƏLƏRİ

Nəşriyyat-müəllif münasibətləri

Qeyd edildiyi kimi, müəlliflik hüququna malik olan şəxs öz əsərini nəşr etdirmək istəyirsə, bu işi müəllif müqaviləsi əsasında həyata keçirməlidir. Müəllif müqaviləsinə görə, tərəflərin razılaştığı şərtlər əsasında müəllif öz əsərlərindən istifadə etmək hüququnu digər şəxsə verir. Müəllif müqaviləsi mülki-hüquqi xarakter daşıyır və müəllif-nəşriyyat münasibətlərinə mülki hüququn əqdlərin forma və şərtləri, müqavilələrin bağlanması və yerinə yetirilməsi, müqavilə öhdəliklərinin pozulmasına görə məsuliyyət haqqında və s. müddəaları şamil olunur. Ümumən, müəllif müqaviləsi konsensual, qarşılıqlı və əvəzli xarakterə malikdir. Müəllif müqavilələri sərbəstlik prinsipinə əsaslanmalıdır, belə ki, tərəflər özləri qarşılıqlı hüquq və öhdəliklərini və müqavilənin digər şərtlərini sərbəst şəkildə müəyyən edirlər.

Müəllif müqavilələrinin növləri

Müəllif müqavilələri "Müəlliflik hüquqları və əlaqəli hüquqlar haqqında" Qanunun 30-31-ci maddələrini əhatə edir. Müəllif müqavilələrini mülki-hüquqi müqavilələrin xüsusi növü kimi bir neçə qrupa bölmək olar. Bunlara bədii, ədəbi, musiqili, audiovizual, memarlıq və digər əsərlərin yaradılması və istifadə edilməsi üzrə, sifariş üzrə, hazır əsər üzrə müəllif müqavilələrini misal göstərmək olar.

Sifariş üzrə müəllif müqaviləsində yaradılacaq əsər üçün irəli sürülən tələblər ardıcılıqla sadalanır, xüsusilə də onun janrı, təyinatı, həcmi və digər parametrləri müəyyən edilir, sifarişçiyə işin

təhvil verilməsi müddəti, göstərilən iradların aradan qaldırılması, müəllif tərəfindən avans alınması hüququ və s. müəyyənləşdirilir.

Müqavilənin predmeti hazır əsərdirsə, onda o, istifadəçi tərəfindən müqavilədən əvvəl baxılır və bəyənilir. Ona görə də yuxarıda göstərilən məsələlər bu müqavilədə o qədər böyük əhəmiyyət kəsb etmir, əsas diqqət yalnız əsərin istifadə edilməsi məsələsinə yönəldilir.

Müəllif müqavilələrinə ictimaiyyətin nəzərinə çatdırılmış və ya yaradılmış, lakin hələ açıqlanmamış əsərlərin istifadə olunması ilə bağlı müqavilələr də aiddir. Bir qayda olaraq, bu amillər müqavilənin müəllif qonorarı və onun ödənilməsi formalarına xeyli təsir göstərir. Açıqlanmamış əsərlərin müəllifləri əsərləri ilk dəfə oxucu kütləsinə təqdim etmək hüququnun istifadəçilərə verilməsinə görə xüsusi ödəniş tələb etmək hüququna malikdirlər. Əsərin təkrar istifadəsi ilə bağlı müəllif müqavilələrinin xüsusiyyəti isə ondan ibarətdir ki, müəllif yaratdığı əsərinə əlavə və dəyişikliklər etmək hüququna malikdir.

Müəllif müqavilələrinin başqa bir təsnifatı üzrə isə bu cür müqavilələr müstəsna hüquqların verilməsi haqqında və qeyri-müstəsna hüquqların verilməsi haqqında müəllif müqavilələrinə bölünürlər. Müstəsna hüquqların verilməsi haqqında müəllif müqaviləsinə (müstəsna lisenziya) müvafiq olaraq müəllif və ya müəlliflik hüquqlarının digər sahibi əsərdən müəyyən üsulla və müqavilədə müəyyən edilmiş qaydada istifadə üçün müstəsna hüququ başqa şəxsə verir və bununla da həmin şəxsə digər şəxslərin də əsərdən bu cür istifadə etməsinə icazə vermək və ya bunu qadağan etmək hüququ verir. Qeyri-müstəsna hüquqların verilməsi haqqında müəllif müqaviləsi (qeyri-müstəsna lisenziya) üzrə isə müəllif və ya müəlliflik hüquqlarının digər sahibi yalnız müqavilə bağladığı istifadəçiyə həmin əsərdən müəyyən məhdudiyətlər çərçivəsində istifadə etməyə razılıq verir (müəyyən sayda çoxaltma, müəyyən ərazidə yayım və s.).

Müəllif müqavilələrinin müddəaları

Müəllif müqaviləsinin subyektləri. Müəllif müqaviləsinin subyektləri dedikdə, bir tərəfdən əsərin müəllifi və ya varisi, digər

tərəfdən isə əsərin istifadəçisi nəzərdə tutulur. Həddi-büluğa çatmış müəlliflər müqaviləni ya özləri, ya da qanuni nümayəndələri tərəfindən bağlayırlar. Azyaşlı müəlliflərin əvəzinə müqaviləni onların valideynləri və ya hamiləri imzalayırlar. 14 yaşından 18 yaşına-dək olan müəlliflər öz müəllif hüquqlarını, o cümlədən müqavilə bağlamağı heç kəsin nəzarəti olmadan özləri həyata keçirə bilirlər.

Kollektiv əsərlərin istifadə edilməsinə görə müəllif müqavilələri bütün həmmüəlliflərlə bağlanılır. Müqavilənin şərtlərinin razılaştırılması prosesində həmmüəlliflərin hamısı iştirak edə bilər, bundan əlavə onlar bu işi yerinə yetirmək üçün öz aralarından bir nəfər seçə və ya bu işi vəkil-hüquqşünasa həvalə edə bilərlər.

Müəllifin vəfatından sonra əsərdən istifadə üçün onun varisi ilə müqavilə bağlanılmalıdır. Varislərin sayı iki və daha artıq olduqda, müqavilənin bağlanması üçün onların hamısının razılığı tələb olunur. Mübahisə yarandığı təqdirdə isə bu məsələ varislərdən hər hansı birinin iddiası əsasında məhkəmə qaydasında həll edilməlidir.

Müəllif müqaviləsinin digər tərəfi əsərin istifadəçisidir. İstifadəçi rolunda həm fiziki şəxs, fərdi sahibkar, həm də əsas funksiyası nəşriyyat, sərgi və ya digər analoji fəaliyyət olan xüsusiləşmiş təşkilat çıxış edə bilər. Bəzən yaradıcılıq əsərləri üzrə müqavilə mübahisələri bu əsərlərin müəllifləri və bu əsərlərdən kommersiya məqsədilə deyil, öz tələbatını ödəmək üçün (abidənin qoyulması, portret çəkilməsi və s.) istifadə edən şəxslər arasında yarana bilər. Belə hallarda müqavilələr müəllif müqavilələri xarakteri deyil, adi podrat (sifariş) xarakteri daşıyır, lakin belə yaradıcılığın nəticələri də müəllif hüququ normaları ilə qorunur.

Müqavilə müddəti

Müəllif müqaviləsinin əsas maddələrindən biri də bu müqavilənin müddətidir. Hər şeydən əvvəl əsərin istifadəyə verilməsi hüququ məsələsində tərəflər sərbəst şəkildə bu hüququn qüvvədə qalma müddətini təyin edə bilərlər. Müəlliflik hüquqları qeyri-müəyyən müddətə də verilə bilər. "Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 31-ci maddəsinin 1-ci bəndində göstərilir ki, müəllif müqaviləsində istifadənin

müddəti haqqında şərt olmadıqda həmin müqavilə bağlandığı tarixdən 5 il keçəndən sonra müəllif tərəfindən pozula bilər. Bu halda istifadəçi müqavilənin pozulması haqqında 6 ay əvvəldən müəllif tərəfindən yazılı şəkildə xəbərdar edilməlidir.

Müəllif müqaviləsinin qüvvədə olmasının ümumi müddəti ilə yanaşı tərəflərin öz üzərinə götürdüyü öhdəliklərin yerinə yetirilmə müddəti də göstərilir. Belə ki, müəllif ona sifariş verilmiş əsəri müqavilədə göstərilən müddət ərzində istifadəçiyə təhvil verməyi öhdəsinə götürür. Müqavilədə həm də istifadəçidən verilmiş əsərlə tanış olması və əsərin nəşri üçün konkret müddət göstərilməsi daha məqsədəuyğun olardı.

Müəllif qonorarı. Müqavilədə qiymət məsələsində hər iki tərəfin razılığının olması zəruridir. Qanunun 31-ci maddəsinin 2-ci bəndində müəllif müqaviləsi üzrə müəllif haqqı əsərdən müvafiq üsulla istifadəyə görə alınan gəlirdən faizlə, əgər əsərin xarakteri və ya istifadə xüsusiyyətləri ilə bağlı gəliri müəyyən etmək mümkün deyilsə, onda müqavilədə konkret məbləğ göstərməklə və ya başqa şəkildə müəyyən edilir. Başqa şəkildə müəyyən edilməsi dedikdə, məsələn, təcrübədə bir müəllif vərəqinə görə alınan haqq nəzərdə tutula bilər. Bu iki növ müəllif qonorarının simbiozu da mümkündür. Dünya təcrübəsində (ingilisdilli hüquqi ədəbiyyatda) "müəllif qonorarı" anlayışı iki sözlə ifadə olunur: *fee* və *royalty*. Bunlardan birincisi nəşriyyat tərəfindən müəllifə verilən birdəfəlik ödəniş, ikincisi müəllifin kitab satışından gələn gəlirdən faiz şəklində aldığı qonorar mənasını verir. Adətən royalti şəklində verilən qonorar nəşriyyatın kitaba qoyduğu topdansatış qiymətinin və ya kitabın pərakəndə satış qiymətinin 6-10%-ni təşkil edir. Təkrar nəşrlərdə bu faiz aşağı düşə bilər.

Qərbdə müəllifə haqq verilməsinin qaydaları müxtəlifdir. Onlardan ən geniş yayılmışı belədir: müqavilənin imzalanması zamanı müəyyən avans verilir, məbləğin qalan hissəsi isə müntəzəm olaraq hər satılmış nüsxədən ayırmalar şəklində ödənilir (royalti). Ödəmələrin hesabı ya topdansatış, ya da pərakəndə satış qiymətləri ilə nisbətə aparılır. Amma hər iki halda royalti çap olunmuş nüsxələrlə yox, müəyyən müddət ərzində faktiki satılmış nüsxələr üzrə hesablanır. Satışların həcmi ildə bir və ya iki dəfə nəzərdən keçirilir.

Uzun illərdir ki, qərbdə müəllif qonorarının verilməsinin bu sistemi tətbiq olunur. Bu zaman o mülahizədən çıxış edilir ki, naşir satışın gedişini dəqiq izləməyə qadirdir; sabit satış şəbəkəsinin və anbara qayıdan məhsulun kompüterləşdirilmiş uçotunun mövcudluğu bu işi həyata keçirməyə tam imkan verir. Bu, həm də o zaman mümkün ola bilər ki, naşir, məhsulunu öz anbarında saxlasın, onun gələcək "taleyinin" sərəncamçısı yalnız özü olsun. Son illər bu praktikanın Mərkəzi və Şərqi Avropada, o cümlədən MDB məkanında da tətbiq edilməsinə başlanıb. Lakin qərbdəki naşirlik standartları ilə ayaqlaşmağa çalışan naşirlərin sayında artım tendensiyası müşahidə olunsa da, bu tendensiya hələ istənilən səviyyəyə çatmayıb. Buna görə də bir çox qərb naşirləri və ədəbiyyat agentləri keçmiş SSRİ ölkələrinin naşirləri ilə işgüzar əlaqələrdə müəlliflik hüquqlarının verilməsi zamanı royaltiye yox, birdəfəlik, ən yaxşı halda iki və ya üçdəfəlik ödəməyə daha çox üstünlük verirlər. Onlar hətta ödəmələrin dəqiq tarixini də göstərməyə meyl edirlər.

Hazırda formalaşmaqda olan praktika bu cürdür ki, adətən, razılaşdırılmış məbləğin yarisı müqavilə imzalandıqdan dərhal sonra, pulun qalan hissəsi isə kitab nəşr olunduqdan sonra, göstərilən tarixdən gec olmayaraq ödənilir. Başqa bir variant - 25% müqavilə imzalandıqdan sonra, 25% kitab çap olunduqdan sonra, 25% kitabın çapından 6 ay keçdikdən sonra, qalanı isə çapdan 12 ay sonra ödənilmə sxemidir. Daha vasvası naşirlər məbləğin hər bir hissəsinin köçürülməsi üçün dəqiq tarix müəyyənləşdirirlər. Birdəfəlik ödəmə isə royalti prinsipi ilə (satışdan faiz hesabı ilə), lisenziya alanın göstərdiyi topdansatış qiymətlərindən çıxış etməklə hesablanır.

Qərb naşirləri ilə bağlanan bu cür müqavilələrin əksəriyyətində royalti pərakəndə satış qiymətindən (vergilər çıxıldıqdan sonra) hesablanır. Bu zaman, bir qayda olaraq, uşaq ədəbiyyatı üçün 5%, romanlar və akademik nəşrlərə görə isə 7,5% ayırmalar nəzərdə tutulur. Əgər hesab pərakəndə yox, topdan satış üzrə aparılırsa, onda ayırmaların məbləği də artır. Bu halda lisenziyaya görə birdəfəlik ödəmənin məbləği topdan satışın həcmnin 9-10%-ni təşkil edə bilər. Bəzi naşirlər müqaviləyə ödəmələrin məbləğinə inflyasiya ilə əlaqədar yenidən baxılması ilə bağlı bənd əlavə edərək bəri başdan özlərini mümkün uğursuzluqlardan sığortalamağa səy göstərirlər.

Lisenzialaşdırmanın maliyyə şərtləri tərəflər arasında danışıqlar mövzusu ola bilər. Ola bilsin ki, ilk tiraj üçün müəlliflə bağlanmış müqavilənin şərtləri lisenziya alan üçün o qədər də əlverişli olmasın, çünki kitabın dizayn xərcləri onun maya dəyərinin artmasına səbəb olur.

Xarici ölkələrdə bir sıra tanınmış yazarlar öz əsərləri üçün daha yüksək faiz və ya bu faizin bəri başdan ödənilməsini (kitabın satışını gözləmədən), yəni *fee* şəklində verilməsini tələb edə bilərlər. Daha yüksək qonorar almaq məqsədilə onlar naşirlər arasında yaratdıqları əsərə müəlliflik hüququnun istifadəyə verilməsi üzrə hərəc da keçirirlər. Bu halda müqavilə auksionda qalib gəlmiş nəşriyyatla bağlanılır.

Müəllif müqaviləsində məsuliyyət

Bütün müqavilələrdə olduğu kimi, müəllif müqaviləsində də öhdəliklərin yerinə yetirilməməsinə və ya lazımınca yerinə yetirilməməsinə görə tərəflər məsuliyyət daşıyırlar. Digər mülki-hüquqi öhdəliklərdən fərqli olaraq, burada tərəflərin öz öhdəliklərini yerinə yetirməsi üçün məcburiyyət metodları xeyli məhduddur. Müəllif müqaviləsinin tərəfləri öz öhdəliklərini məcburi qaydada yerinə yetirə bilməzlər. Müəllifi əsər yazmağa və onu istifadəçiyə verməyə, eyni zamanda istifadəçini əsərdən istifadə etməyə məcbur etmək olmaz. Buna görə də, birincisi, bu sahədə məcburiyyət dedikdə, müəllif müqaviləsinə xitam verilməsi, tərəflərin ilkin vəziyyətə qaytarılması, maddi itkilərin ödənilməsi başa düşülməlidir.

İkincisi, müqavilə öhdəliklərini pozanlara tətbiq edilən bu tədbirlərin heç də hamısına məsuliyyət tədbirləri demək olmaz, belə ki, müqavilədə göstərilən qonorarın, əsərin təhvil verilməməsi ilə əlaqədar geri qaytarılması, yol verilmiş nöqsanlara görə müqaviləyə birtərəfli qaydada xitam verilməsi tədbirləri günahkar tərəfin üzərinə əlavə yük qoymur və bu səbəbdən belə tədbirlər tam mənada məsuliyyət hesab edilməməlidir.

Üçüncüsü, müəllif müqaviləsindəki məsuliyyətin əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, müəlliflə istifadəçinin məsuliyyətləri həm əsaslarına, həm də həcminə görə bir-birindən fərqlənir. Belə ki, müəllif öhdəliklərini yerinə yetirmədiyi təqdirdə sifarişçiyə vurulmuş

rəcək. Axı bir çox hallarda Azərbaycanda fəaliyyət göstərən nəşir, xarici tərəfdaşının təsəvvür belə etmədiyi çətinliklərlə qarşılaşmalı olur ki, bu şəraitdə də yüksək gəlirdən danışmaq realıqdan uzaqlaşmaq deməkdir. Əməkdaşlıq etmək isə, hər halda, fəaliyyətsizlikdən qat-qat yaxşıdır.

Razılaşmaya əlavə hüquqların daxil edilməsi

Əgər lisenziya alanı kitabın öz dilində çapı hüququndan savayı hansısa əlavə hüquqlar da maraqlandırırsa, bu məsələni danışıqlar mərhələsində qaldırmaq lazımdır. Müqavilələrin əksər hissəsi müəlliflik hüququnun yalnız əsərin kitab formasında çapı üçün verilməsini nəzərdə tutmaqla məhdudlaşır. Buradan isə belə nəticə hasil olur ki, əsas razılaşma ilə sublisensiyalaşdırma (məsələn, tərcümədən hissələrin jurnalda və ya qəzətdə dərc olunması, yaxud tərcümə olunmuş şerin, hekayənin başqa nəşirin nəşr etdiyi hansısa antologiyaya daxil edilməsi, tərcümə nəşrinin kitab klubuna satılması) nəzərdə tutulmayıb. Əgər nəşir əlavə hüquqlar əldə etmək və bunlardan gəlir götürmək istəyirsə, bu gəlirin müəyyən hissəsi müəlliflik hüququnun sahibinə verilməlidir.

Lisenziyanın fəaliyyət müddəti

Lisenziyanın fəaliyyət müddəti danışıqlar gedişində müəyyənləşdirilir. Müqavilənin müddəti müəyyən tirajın çap olunması ilə də məhdudlaşa bilər. Bu zaman əlavə tirajın çapı üçün yeni müqavilə bağlanmalıdır. Lisenziya verən sizinlə bunun üçün əvvəlcə avans, qalan məbləğin isə satılmış nüsxələrdən hissə-hissə ayrımlar şəklində ödənilməsi sxeminə razı olsa belə, riskə getmir. Bəzi qərb nəşirləri müqavilənin fəaliyyət müddətini dəqiq göstərməyə çalışırlar. Belə olan təqdirdə müqaviləyə işin maliyyə tərəfinin uğurlu qurulacağı təqdirdə əməkdaşlığın davam etdirilməsinə dair bəndin salınması yaxşı olardı. Adətən razılaşmanın minimal müddəti tərcümənin ilk nəşrindən sonrakı iki ili əhatə edir.

Təkrar nəşrlərə lisenziya verilməsi

Bəzən elə olur ki, nəşir hansısa nəşri (və ya nəşrləri) olduğu kimi yenidən çap etdirmək (reprint) fikrinə düşür. Bunlar, bir qayda olaraq, dilin tədrisi üzrə dərsliklər, yaxud lüğətlər ola bilər. "Oksford Yuniversiti Press" in lüğətinin və ya "Lonqman" in dil tədrisi kursunun təkrar çapı yerli bazarda orijinaldan daha ucuz satıla bildiyi üçün nəşriyyatlar bu variantı seçməkdə daha həvəsli olurlar.

Qərbli nəşir üçün isə bu sövdənin faydası ondadır ki, o həmin bazara birbaşa çıxışa malik deyil, yaxud da öz məhsullarını burada satmaq üçün həmin ölkənin Təhsil nazirliyinin xüsusi razılığı tələb olunur. Bununla belə, bir çox qərb nəşirləri sözügedən nəşrlərin təkrar çapı üçün lisenziya verilməsinə, bir qayda olaraq, o qədər də həvəslə girişirlər. Çünki nəşirlərin əksəriyyəti özləri bu bazara girmək haqqında düşünürlər. Çap olunmuş tirajın məhdud ərazidə yayılacağı barədə verilən vədlər də onları sakitləşdirmir; Mərkəzi və Şərqi Avropa, eləcə də keçmiş SSRİ ölkələri bazarlarında bu məhdudiyətə əməl etməyin necə çətin olduğu qərb nəşirlərinə də yaxşı məlumdur. Məsələ həm də bundadır ki, təkrar çap həmişə ən populyar nəşrlərə aid olur. Bu cür hüququn əvvəlcə əldə edilməsi, sonra isə onun verilməsindən imtina məsələsinin ortaya çıxması yerli nəşriyyat üçün xoşagəlməz bir haldır. Ona görə də təkrar çap üçün danışıqlarda bütün məsələlərə əvvəlcədən dəqiqliklə aydınlıq gətirilməlidir. Təkrar çapla bağlı müraciətə mənfəci cavab verilməsi ehtimalı da kifayət qədər güclüdür. Səbəb isə yenə də qərbli nəşirin gəlirin birbaşa özünə çatması istəyidir.

Daha bir cəhət təkrar çap hüququnun neçəyə başa gəlməsidir. Aydındır ki, bu cür hüququn verilməsi tərcümə ədəbiyyatı ilə müqayisədə yüksək olacaqdır. Çünki bu zaman əsərin tərcüməsi, redaktəsi, bir sözlə, nəşriyyat tərəfindən nəşrə hazırlanması üçün çəkiləcək xərclər ixtisara düşür. Əgər təkrar çap lisenziyası üçün royalti ödəmələri topdansatış qiyməti ilə aparılırsa, ayırmaların məbləği 10-15%-ə bərabər olur. Əgər yerli nəşir Oksford, Kembriç universitetləri nəşriyyatlarının və ya "Lonqman" in nəşriyyat nişanından istifadə etmək istəyirsə, bunu mütləq onlarla razılaşdırmalıdır, çünki bir çox nəşriyyatlar bu hüququn verilməsi üçün də müəyyən məbləğdə vəsait ödənilməsinə tələb edirlər.

Birgə nəşrlərə dair razılışma

Birgə nəşrlərə dair razılışmanın əldə olunması məsələsi heç də sadə deyil və nəşrlərin hər biri bununla bağlı öz siyasətini yürüdü. Əvvəlcə onu deyək ki, birgə nəşrlər dedikdə, ilk növbədə xarici nəşirin hazır diapozitivlərdən istifadə etməklə nəşrin başqa dildə çapını öz üzərinə götürməsi başa düşülür. Birgə nəşrlər üçün ən əlverişli material rəngli uşaq nəşrləri, həmçinin çoxlu illüstrasiya verilmiş qeyri-bədii kitablardır ki, bunlara da bağçılar üçün nəşrlər, müxtəlif soraq kitabları, xalq təbabəti və xalq sənətləri kitabları, eləcə də "Özün düzəlt", "Bunu necə etməli" seriyasından olan nəşrlər və s. daxildir.

Birgə nəşrlərin çapı işində ixtisaslaşmış nəşirlər bir kitabın eyni vaxtda müxtəlif dillərdə nəşr olunmasının koordinasiyası işinə xüsusi əhəmiyyət verirlər. Çünki bu zaman tiraj artır, istehsalat xərcləri isə azalır. Həmin nəşirlər əvvəlcədən bahalı reklam materialları çap etdirir və adətən buraya gələcək kitabın maketini, eləcə də onun materiallarının bir qismini daxil edirlər. Bu kampaniyanın məqsədi birgə nəşrin daha çox dildə çapı üçün lisenziya alan nəşriyyat cəlb etməkdir ki, bu da təbiidir: nəşrlər müxtəlifdilli olsa da, illüstrasiyaların eyniliyi məsrəfləri azaldır, üstəlik xarici nəşriyyat yerli həmkarından lisenziyaya görə müəyyən məbləğdə haqq da almış olur.

Birgə nəşrlərə dair layihələrin həyata keçirilməsi ilə bağlı danışıqlar zamanı hər bir dil üzrə nəşrin nəzərdə tutulan tirajı, yayım, hazır məhsulun göndərilməsi üzrə nəqliyyat xərclərinin ödənilməsi qaydası, satışa nəzarət proseduru, satış qiymətləri və s. bu kimi məsələlər diqqətlə nəzərdən keçirilərək müzakirə olunmalı, razılığa gəlinməlidir. Əks-təqdirdə narazılıqların, anlaşmazlıqların meydana çıxması təhlükəsi reallaşa və bütünlükdə layihənin həyata keçirilməsi ideyası baş tutmaya bilər.

Layihənin müəllifi olan xarici nəşir kitabın mətn hissəsinin illüstrasiyalarla uyğunluğunu yoxlamaq üçün şəkil yerlərinin - "pəncərələrin" boş saxlandığı ottisklərin, ya da əgər ottisklər hazır deyilsə, gələcək kitabın səhifələr üzrə maketinin ona təqdim edilməsini istəyə bilər.

Birgə nəşr layihəsində lisenziya verən tərəf tərəf-müqabilinin göstərdiyi tiraj üçün hər nüsxənin qiymətini bildirir. Bu zaman di-

gər tərəf həmin qiymətə müəllif qonorarının, qablaşdırılma xərclərinin, sığortanın və nəqliyyat məsrəflərinin də daxil edilib-edilmədiyinə aydınlıq gətirməlidir. Bəzi nəşirlər nəzərdə tutulan tirajdan başqa, reklam məqsədi ilə əlavə tirajın da ayrılmasını nəzərdə tuturlar.

Birgə nəşrin daşınması ilə bağlı məsələlərin dəqiq razılaştırılması mühüm əhəmiyyətə malikdir. Hazır məhsulun yerinə çatdırılması ilə bağlı məsuliyyətin bölüşdürülməsi, nəqliyyat xərclərinin çəkilməsi qaydası və s. məsələlər diqqətli yanaşma tələb edir.

Birgə nəşr layihələrinə girişən bəzi qərb nəşirləri qeyri-sabit hesab etdikləri bazarlar üçün, ya da o qədər də etibarlı hesab etmədikləri tərəfdaşlarla iş görərkən ümumi məbləğdən royalti ayrılmasına həvəssiz razılaşıır, tərcümə nəşri üçün lisenziya haqqının bəri başdan ödənilməsinə çalışırlar.

Çap hüququna lisenziya alınmasında olduğu kimi, birgə nəşrlərin çapı ilə bağlı danışıqlarda da hələ ilkin mərhələlərdən maliyyə köçürmələrinin hansı valyuta ilə həyata keçiriləcəyini dəqiqləşdirmək zəruridir. Birgə nəşr çapı üzrə ixtisaslaşmış bir çox nəşirlər tirajı öz ölkələrində yox, xaricdə çap etdirirlər. Məsələn, bir çox ingiltərəli nəşirlərin kitabları Honkonq və Sinqapurda nəşr edilir, incəsənət nəşrləri isə İtaliya mətbəələrində işıq üzü görür.

Bir daha qeyd edək ki, birgə nəşrlərlə bağlı razılaşmalar zamanı maliyyə məsələlərinin, işin bu və ya digər hissəsinin yerinə yetirilməsinin dəqiq müddətinin, ödənilmə valyutasının, nəqliyyat məsələlərinin və s. bu kimi detalların dənə-dənə diqqətlə nəzərdən keçirilərək həll edilməsi layihənin uğurla başa çatmasında heç də az rol oynamır.

NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS FOR PUBLISHING**MÜQAVİLƏ ŞƏRTLƏRİNİN İŞLƏNİB HAZIRLANMASI****Tövsiyələr:**

- ☛ müqavilənin bütün şərtlərini və tərəflərin hüquq və öhdəliklərini işləyib hazırlayın;
- ☛ müvafiq qanunvericiliyi və mövcud saziş praktikasını nəzərə alın;
- ☛ hüquqi məsələlərə dair məsləhətləşmələr aparın;
- ☛ razılaşdırılmış şərt və qaydaları əhatə edən və şirkətinizin tələblərinə uyğun olan yekun müqavilə hazırlayın.

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ mövcud qanunvericiliyə müvafiq olan müqavilənin xarakter və komponentləri, qanunlarda təsbit olunmuş müqavilə müddəaları;
- ↳ müəlliflər və ya onların agentləri ilə, rəssamlar, redaktorlar, tərcüməçilər, şərikli müəlliflər və digər hüquqi və fiziki şəxslərlə bağlanan müqavilələrin zəruri komponentləri;
- ↳ müəlliflik hüququna dair Azərbaycan Respublikasının qanunları və beynəlxalq konvensiyalar, mövcud razılaşma praktikası; onlarda baş verən dəyişikliklər;
- ↳ şirkətinizin müvafiq hüquqları əldə etmək siyasəti: ərazi eksklüzivliyinə, zəmanət və kompensasiya anlayışlarına münasibəti;
- ↳ nəşrin istehsalatdan çıxarılması və hüquqların geri qaytarılması üçün şirkətin əsas tutduğu meyarlar;
- ↳ nəşrin illüstrasiyalarla təminatı və onlara icazənin alınması ilə bağlı şirkətin siyasəti;
- ↳ hüquqların alınmasına dair spesifik müqavilə qaydaları, bu cür müqavilələrdə istifadə olunan müvafiq terminologiya;

- ✦ *bağladığınız müqavilə ilə bağlı və ya müqavilənin pozulduğu təqdirdə şirkətə dəyə biləcək zərərin həcmi və risk ehtimalının azaldılması ilə bağlı tövsiyə olunan tədbirlər.*

MÜQAVİLƏNİN RAZILAŞDIRILMASI VƏ İMZALANMASI

Tövsiyələr:

- ✦ *digər tərəflərlə və ya onların agentləri ilə müqavilənin şərtlərinə dair danışıqlar aparın;*
- ✦ *razılaşıdırılmış və təsdiq edilmiş düzəlişləri müqaviləyə əlavə edin;*
- ✦ *sərfəli lisenziya müddətinə, vaxtın artırılmasına və sair güzəştlərə nail olmaqla şirkətin müqavilə üstünlüklərini artırmağa çalışın.*
- ✦ *müqavilədə bütün zəruri imzaların olduğuna əmin olun.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ✦ *şirkət daxilində və üçüncü tərəflə müqavilələrin bağlanmasında şirkətin siyasəti və burada qəbul edilmiş prosedur qaydaları;*
- ✦ *şirkətinizdə müqaviləni imzalamağa səlahiyyəti olan şəxslər;*
- ✦ *danışıqları necə səmərəli aparmaq lazımdır.*

MÜQAVİLƏ ÖHDƏLİKLƏRİNƏ DAXİLİ NƏZARƏT

Tövsiyələr:

- ✦ *müqavilə öhdəlikləri barədə müvafiq işçilərə məlumat verin; müqavilə şərtlərini və onların məzmununu əməkdaşlara izah edin;*
- ✦ *müqavilə öhdəliklərinin xülasəsini hazırlayın, orada hər bir əməkdaşın funksiyasını qeyd edin;*

- ☛ müqavilədə əks olunmayan, lakin qanunvericilikdə təsbit olunmuş hüquq və öhdəlikləri dəqiq şərh edin;
- ☛ müqavilə öhdəliklərindən və qanunvericilikdən irəli gələn tələb və təcrübəni şərh etməklə şirkətinizin işinə onların nə dərəcədə təsir edəcəyini müəyyənləşdirin.

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ☛ şirkətinizin strukturu və kommunikasiya kanalları (şirkət daxilində əməkdaşlarla və üçüncü tərəflərlə ünsiyyət formaları);
- ☛ müqavilə şərtləri ilə tanış edilməli əməkdaşlar;
- ☛ müqavilə və onun şərhini almış əməkdaşlar qarşısında şirkətinizin qoyduğu tələblər;
- ☛ müqavilədə avtomatik olaraq müəlliflik hüququnu geri qaytarmağa məcbur edən müddəa varmı;
- ☛ müəlliflik hüququnun geri qaytarılması və müəlliflik hüququnun son müddəti ilə bağlı qanunvericilik;
- ☛ lisenziya müddətinin bitməsi və müəlliflik hüququnun geri qaytarılması, müəlliflik hüququnun təzələnməsi və bərpa edilməsi kimi faktların şirkətdə qeydiyyatı qaydaları;
- ☛ mətn, illüstrasiya və çap hüquqları ilə bağlı hüquqların saxlanılmasında şirkətin maraqları nədir və onların itirilməsi ilə bağlı şirkət gələcəkdə hansı çətinliklərlə üzləşə bilər.

SAZIŞ FƏALİYYƏTİ İLƏ BAĞLI ÜMUMİ TÖVSIYƏLƏR

Tövsiyələr:

- ☛ müqavilə bağlayarkən ilk növbədə qanuna zidd olan maddələri müəyyənləşdirməyə çalışın;
- ☛ təklif edilən müqavilənin şirkətin strateji məqsədlərinə uyğun olduğuna və qanunun tələblərinə cavab verdiyinə tam əmin olun;

- ☛ müxtəlif şəraitlər üçün standart müqavilə formaları hazırlayın;
- ☛ iş praktikanızda tez-tez müraciət etdiyiniz qanunların və direktiv aktların bazasını yaradın;
- ☛ arxiv yaradın, buraya gələcək razılaşmalarınızda istifadə etmək üçün müvafiq blanklar, fərdi müqavilələr, habelə bu müqavilələrlə bağlı məlumatlar toplayın;
- ☛ müntəzəm olaraq razılaşmalarla bağlı əldə etdiyiniz informasiyanı bir yerə toplayın, onu kataloqlaşdırmaq və indeksləşdirməklə istifadə üçün asanlaşdırın;
- ☛ yeni faydalı informasiya əldə etdikcə informasiya bazasını təzələyin, müvafiq işçiləri bu haqda məlumatlandırın;
- ☛ təklif edilən müqavilə ilə bağlı mümkün olan bütün mənbələrdən dəqiq informasiya alın;
- ☛ müqaviləni şirkət üçün maksimum dərəcədə mənfəətli və az riskli etmək üçün tövsiyələr hazırlayın;
- ☛ hüquqları geri istəmək tələbi olduqda buna gecikmədən reaksiya verin, bu haqda müvafiq əməkdaşlara məlumat verin, məsləhətləşmələr aparın və bu tələbi irəli sürən müəllifə və ya onun agentinə cavab yazın.

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ♣ şirkətinizdə müqavilə tərtib etmək təcrübəsi və müqavilə bağlamaq proseduru;
- ♣ standart müqavilə blanklarının və əvvəl bağlanmış müqavilələrin əsas müddəaları və komponentləri;
- ♣ əvvəlki müqavilələrdə ehtiva olunan müddəaları yeni müqaviləyə uyğunlaşdırmaq və tərtib etmək bacarığı.

REDAKTƏ İŞİ

Redaktə işi və redaktor sənəti

Redaktə sözü latıncadır, düzənlənmiş, qaydaya salınmış mənasını verir.

Redaktə işi çoxşaxəli işdir: müxtəlif mətnlərin, düsturların, sənədlərin qaydaya salınması, fikrin dəqiq ifadə edilməsi, yazının daha anlaşılıqlı formaya salınması və b. Bu söz indi çox geniş yayılıb, öz ilk anlamından daha geniş sahələrdə işlənir: "sənəd yenidən işlənməli, redaktə olunmalıdır", "bu yazını qəbul etmək olar, ancaq ciddi redaktədən sonra", hətta "duyğularınız redaktəyə möhtacdır" və s. Müasir dövrdə redaktə işinin çeşidi və çalarları müxtəlifdir. O, ilk növbədə qəzet və jurnalların, kitabların nəşri, radio və televiziya yayımı ilə bağlıdır. Redaktə işi həm də ədəbi və elmi fəaliyyətin bir hissəsi olmuşdur. Eyni sahə, əsər, araşdırma üzərində kollektiv iş aparıldığı şəraitdə redaktənin əhəmiyyəti daha da yüksəlir, çünki fikirlər, görüşlər, qənaətlər arasında uyurluq, səsleşmə, dil-üslub vahidliyi yaradılması tələbata çevrilir. Hər hansı bir müəllifin öz əsəri üzərindəki işi də şərti olaraq "redaktə" adlandırılabilir.

Redaktor işinin başqa bir cəhəti onun üzərində işlədiyi əlyazmanın aid olduğu sahəyə bələdliyi ilə bağlıdır. O, bunun sayəsində konkret əlyazmanı, əsəri daha da yaxşılaşdırmağı bacaracaqdır. Əsərin yaranmasında vacib sayılan məntiqi, psixoloji məqamları, habelə əsərin nəzərdə tutulduğu oxucunun səviyyəsini bilmədən əsər üzərində səmərəli iş aparıla bilməz.

Redaktor əlyazmanın kitabə çevrilməsi prosesini, çağdaş poligrafiya texnikası və texnologiyasının əsaslarını, çap məhsullarının bədii və texniki tərtibat prinsiplərini bütünlüklə bilməlidir. O, yalnız bu halda bütün redaksiya-nəşriyyat proseslərinin daha səmərəli

qurulmasına, yeni texnikanın tətbiqinə, nəşrin buraxılması müddətlərinin qısaltılmasına, çap məhsulları istehsalının maya dəyərinin azaldılmasına, ümumi nəşriyyat mədəniyyətinin yüksəldilməsinə yardımçı ola bilər. Yalnız dərin savadı olan, ədəbi dil normalarını gözəl bilən və inkişaf meyillərini duyan, öz əsərini daha parlaq, daha oxunaqlı etməkdə müəllifə kömək göstərmək üçün dilin bütün vasitələrindən istifadə etməyi bacaran kəs redaktə işini uğurla apara bilər.

Redaktə işinin praktikasını tematik planlaşdırmaya rəhbərliyi, müəlliflərin seçilməsini, əlyazmanın nəşriyyata təhvilinə qədər və sonrakı müddətlərdə müəlliflə iş aparılmasını, əlyazmaların qiymətləndirilməsini və rəydən keçirilməsini, əlyazma üzərində düzəlişlər aparılmasını, nəşriyyat korrekturaları üzərindəki işləri, kitabın soraq aparatının hazırlanmasını və s. işləri əhatə edir.

Elmi-bədii və praktiki fəaliyyətində redaktor aşağıdakı bilik və bacarıqlara malik olmalıdır:

1. *Nəşriyyat işinin, ölkədə kitab nəşrinin ideya və təşkilat prinsipləri və cəmiyyətin həyatında kitabın rolu haqda bilgilər.*

2. *Ədəbi əsərlərin obyektiv səciyyələndirilməsi və qiymətləndirilməsi metodu olan redaktor təhlili, eləcə də çapa hazırlığın gedişində əlyazmanı təkmilləşdirmə yolları.*

3. *Redaktənin, redaktor təhlilinin üsul və vasitələri.*

4. *Nəşriyyat mədəniyyəti göstəricisi olan kitab aparatına dair bilgilərin hazırlanıb redaktə olunması.*

5. *Korrektura işində qəbul olunmuş standart işarələrdən düzgün istifadə etmək bacarığı.*

Əlyazma üzərində redaktə aparılması - yaradıcı işdir. İşin bu yönü özünü materiala tənqidi yanaşma, ona dair faydalı tövsiyələr verilməsi, müstəqil qərar çıxarılması zərurəti ilə bağlıdır. Misal üçün, redaktorun bu və ya başqa mühakimənin yanlışlığını və ya qeyri-dəqiqliyini göstərməsi hələ tam yetərli deyil; o, müəllifə əlyazmanı, cədvəli, başqa göstəriciləri yaxşılaşdırmağın yolunu, əyani materialların daha uyğun biçimini göstərməlidir. Bu zaman redaktorun fərdiyyəti, intellektual qabiliyyəti, şəxsi zövq və baxışları özünü büruzə verir. Hər bir konkret əlyazma üzərindəki işin özünə-məxsusluğu əsərin özündən, gələcək kitabın tipindən və bir çox başqa səbəblərdən də asılıdır.

Redaktə işi elə bir mürəkkəb sahəyə çevrilmişdir ki, onu yalnız elmi-ədəbi düzəlişlərlə məhdudlaşdırmaq düzgün olmaz. Kitab nəşrinin iqtisadiyyatı və təşkili də bütövlükdə redaktor fəaliyyətinə aid işdir. Bu gün biblioqrafiyanın nəzəriyyə və praktikası, nəşrlərin tipologiyası və təsnifatı, xüsusi biblioqrafik göstəricilərin hazırlanması və redaktə olunması sahəsində ümumi kitabşünaslıq önəmi daşıyan zəngin materiallar toplanmışdır. Çap məhsullarının tərtibatı qaydaları, nəşrlərin təsnifatı elmi cəhətdən hərtərəfli işlənmiş və müxtəlif növlü nəşrlərdə illüstrasiyaların rolu dəqiq müəyyənləşdirilmişdir. Redaktə sənətkarlığı, onun metodikası bütün bunlardan geniş surətdə bəhrələnməklə daha yüksək səviyyəyə qalxmışdır.

Peşəkar redaktor hansı şriftlə hər səhifədə neçə işarə yerləşəcəyinə, səhifələrdə boş yer qalmamasına, başlıqların ölçü-biçisinə və yerləşdirilməsi üsullarına qədər hər şeyə diqqət yetirir. O, çap məhsulunun tərtibatı mərhələsində də iştirak edir. Nəşrin bədii tərtibatının gözəlliyi və zövq oxşaması bədii redaktorun və dizaynerin səlahiyyətinə daxildir, əsərin məzmun və strukturunu, oxucunun səviyyəsini yaxşı bilən redaktor oradakı mətn və illüstrasiya elementlərinin oxucu tərəfindən asan qavranılması üçün düzgün yerləşdirilməsi barədə dəyərli məsləhətlər verə bilər.

Çap məhsulunda orfoqrafiya-imla və istehsalat xətalalarının islahı da redaktorun səlahiyyət və məsuliyyət dairəsinə daxil olan məsələdir. Kitabdakı bu cür xətlər oxucuda haqlı narazılıq və narahatlıq doğurur, onda bu məhsulların yaradıcılarına qarşı inamsızlıq, sayğısızlıq yaranır. İmla yanlışları çox ciddi məna dolaşlıqları da yarada bilər.

Vahid əsərdən ibarət nəşrin konkret yazarı (müəllifi) olur və o, öz əsərini gərəkli bildiyi biçimdə düzür, nizamlayır, bölgüleyir. Başqa cür nəşrlər də çoxdur: müxtəlif əsərlərdən tərtib edilmiş kitablar, müəllifi bilinməyən kitablar, tərcümə olunmuş kitablar. Burada redaktor və nəşir mədəniyyəti, məsuliyyəti öz səviyyəsini daha qabarıq göstərir.

Redaktə işi bilik və zövqlə bağlı iş olduğuna görə dəyişkəndir və daim təkmilləşə bilər. Yəni hər redaktor mətnə öz gözü ilə baxa bilər. Ona görə də redaktədə son variant olmur, məqbul variant olur.

Redaktor sənətinin tarixi təcrübəsinə nəzər

Yazı meydana gələndən sonra, mirzələrin yazdıqlarına nəzarət edən, onu qaydaya salan peşəkar ustalar meydana gəlmişdi. Ən ilkin redaktə biçimi sayılan *korrektura* (latıncadır - düzəlişetmə, yaxşılaşdırma, dəqiqləşdirmə deməkdir) hələ əlyazma kitabları çağlarından mövcud idi.

Kitab çapının kəşfi korrektor peşəsinin mövqeyini daha da qaldırdı. İlk çağların korrektorları çox oxumuş, savadlı adamlar sayılırdılar.

İlk redaktorlar bu işdə daha irəli getmiş şəxslər idi. Onlar mətnə qarşılaşdıqları orfoqrafik qüsurları aradan qaldırmaqla kifayətlənmir, mətnin üslubunu (gərəkli bildikdə) sadələşdirir, yazını danışiq dilinə yaxınlaşdırır, haçabaş anlayışları aradan qaldırır, gərəkli bildikdə mətni dolğunlaşdırır, oxucu üçün "qaranlıq yerlərə" aydınlıq gətirirdilər. Böyük H.B.Zərdabinin "Əkinçi" qəzetində, Mirzə Cəlilin "Molla Nəsrəddin" jurnalında biz bunun klassik örnəklərini görürük.

XVIII-XIX yüzillərdən redaktorluq sənəti kitab nəşri sahəsinin vacib vəzifəsinə çevrilir, redaktorlar ictimai həyatda fəal iştirak edir, ziyatıların gücünü xalq işinin xeyrinə yönəldirdilər. Bu yöndə də yuxarıda adını çəkdiyimiz böyük şəxslərlə yanaşı, Ömər Faiq Nemanzadənin, İsmayıl bəy Qaspiralının, Əli bəy Hüseynzadənin və b. adlarını çəkmək olar.

Zaman keçdikcə kitab-jurnal nəşri sahələrində yeni-yeni iş çarları və bunlara məxsus da ixtisaslar, vəzifələr əmələ gəlirdi. Onlardan biri - ədəbi işçi idi. Qəzet və jurnal redaksiyalarında çalışan ilk ədəbi işçilər "redaktor" adlanmasalar da, müəlliflərlə əlaqə saxlayır, əlyazmaların çapa hazırlanmasında, nəşr planlarının tərtibində iştirak edirdilər.

Azərbaycanda kitab redaktoru ixtisasının geniş nüfuz qazanması XX yüzilin ilk onilləri ilə - cəmiyyətin həyatında kitabın rolunun artması ilə bağlıdır. Bu çağlardan başlayaraq, redaktorluq işinə müxtəlif baxışlar, redaktorluq işində müxtəlif yönələr, təmayüllər yaranır. 20-ci illərdə nəşriyyat işçilərinin ixtisasartırma kurslarında redaktə işinin əsasları ayrıca elm sahəsi kimi formalaşmağa başlamışdır.

Sonralar redaktənin nəzəriyyə və praktikası sahəsində geniş elmi-tədqiqat işləri aparılmışdı. Bu araşdırmalar əsasən üç istiqamətdə olmuşdur: 1) *redaktə işinin dil-üslub cəhətlərinin işlənilib hazırlanması*; 2) *redaktor təcrübələrinin ümumiləşdirilməsi*; 3) *başqa bilik sahələrinin: məntiq, statistika, psixologiya, pedaqogika, informatika təməlinə redaksiya prosesinin nəzəri cəhətdən əsaslandırılması*.

Kitab işinin keçib gəldiyi tarixi mərhələlər redaktə işinin metodikasını xeyli təkmilləşdirmişdir.

Redaktə işinin başqa elm sahələri ilə bağlılığı

Redaktə işi bir çox başqa elm sahələri ilə sıx bağlıdır. Bunlara məntiq, dilçilik, mətnşünaslıq, psixologiya, informatika, pedaqogika, statistika, eləcə də sosial psixologiya, psixolinqvistika, sosial kommunikasiyalar nəzəriyyələri, semiotika kimi "gənc" bilik sahələri daxildir. Nəşrin sosial yük daşıyan effektlərinin öncədən görülməsi və formalaşdırılması vacib məsələdir. Mətnin yaradılması, təkmilləşdirilməsi, yenidən işlənməsi elə bir işdir ki, onu nəzərdə tutulan oxucuya təsirini təsəvvür etmədən həyata keçirmək mümkün deyil.

Formal məntiqin bəzi qaydalarından əlyazmanın təkmilləşdirilməsində istifadə olunması ədəbi redaktə məsələlərini xeyli sadələşdirir. Mətnin məntiqi təşkili onun informativliyinə və oxucu tərəfindən asan qavranılmasına təsir edir.

Nəşriyyat redaktoru peşəsinin əmələ gəlməsində qədim (klassik) ədəbi irsimizin nəşrləri önəmli rol oynamışdır. Bu iş tekstologiyamətnşünas məşğuliyyətini zərurətə çevirmişdir. Öncə mətnşünaslıq redaksiya-nəşriyyat işinin tərkib hissəsiydi, sonralar ayrıca sahəyə çevrildi.

Redaktə işində psixologiya ilə təmas səmərəli nəticələr verir. Redaktor mətnin oxucu tərəfindən daha asan qavranılmasını təmin etmək üçün bu sahənin verdiyi imkanlardan maksimum faydalanmağa çalışır. Mətnənkənar informasiya formalarını (qrafikləri, cədvəlləri, diaqramları, şəkilləri, fotoqrafiyaları) qavrama psixologiyasının öyrənilməsi də vacib məsələdir.

Bu və bir çox başqa problemlərin (misal üçün, oxucu marağı, mətnin müxtəlif oxucu kateqoriyaları tərəfindən qavranılma xüsusiyyətləri, fikrin söylənilməsiylə qavranılmasının uyğunluq dərəcəsi və s.) öyrənilməsi yalnız sosiologiyanın və sosial psixologiyanın qənaət və üsullarından fəal istifadə əsasında mümkündür.

Redaktə işinin bir sıra önəmli aspektləri həm də pedaqogika elmi ilə, ilk növbədə onun təlim, tərbiyə və təhsilin məzmun və metodları kimi nəzəri əsasları ilə bağlıdır.

Kitab - bilik xəzinəsi, şəxsiyyətin formalaşdırılması vasitəsidir və təlim-tərbiyə prosesində çox önəmli yer tutur. Burada öncə dərslikdən, ümumiyyətlə geniş əhatə və təyinətli tədris vəsaitindən danışılır. Ancaq başqa növ nəşrlərdə də pedaqoji amilin rolu inkaredilməzdir.

Ədəbiyyatın, ilk növbədə geniş oxucu dairəsinə ünvanlanmış nəşrlərin redaktoru təhlillərində pedaqogikanın qənaətlərini nəzərə alarsa, onun işləyib təqdim etdiyi əsər məzmunca və əsaslılıq baxımından daha çox qazanar.

Son illər redaktə işi ilə bağlı olan elmi informasiyanın strukturu-nu, eləcə də bütün hər cür elmi kommunikasiya proseslərinin qanunauyğunluqlarını öyrənən informatika elmi sürətlə inkişaf etməkdədir.

Redaktə olunan material həm ideya yönü baxımından, həm öyrədici funksiyasına görə dəyərləndirilməlidir. Yəni o həm informativliyi, həm dili, həm məna tutumu, həm də oxucuya psixoloji təsir və b. baxımlardan qiymətləndirilməlidir.

Müasir dövrdə heç bir fəaliyyət sahəsi yalnız bir bilik sahəsinə əsaslanıbilməz. Redaktorluq da istisna deyil. Redaktə işinin nəzəri və praktiki xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi hər şeydən öncə, kitab nəşri işinin iqtisadiyyatı və təşkili ilə, çap məhsullarının tertibatıyla, kitabın təbliği nəzəriyyəsi və praktikası ilə, bibliografiyanın nəzəriyyəsi və praktikası ilə və s. sıx təmasdadır. Bu elm sahələrinin hər birinin öyrəndiyi obyekt və məsələlər olsa da, onların hamısı bir yerdə kitab haqqında biliklər kompleksini əmələ gətirir və kitabın ümumi nəzəri konsepsiyasına əsaslanır.

Nəşriyyat prosesləri və redaktorun nəşriyyatda rolu

Çağdaş kitabçılıqda nəşriyyat prosesi dedikdə mətbu əsərlərin çapa hazırlanması və nəşri üzrə bir-biriylə üzvi surətdə bağlı olan və məntiqi ardıcılığa malik əməliyyatlar sistemi başa düşülür.

Bütövlükdə nəşriyyat proseslərini beş əsas mərhələyə bölmək olar:

Hazırlıq mərhələsi - planlaşdırmadan əlyazmanın nəşriyyata təqdiminə qədər.

Redaksiya mərhələsi - əlyazmanın mətni üzərində iş, redaktə və korrektura.

Tərtibat - mətn və illüstrasiyaların səhifələnməsi, kitabın bədii-texniki tərtibatı, maketin hazırlanması.

İstehsalat mərhələsi - maketin və pilyonkaların (və ya kitabın elektron variantının - CD-diskin) mətbəəyə təhvil verilməsi, kitabın poliqrafiya üsulu ilə çoxaldılması və tirajın mətbəədən qəbul edilməsi.

Kitabın yayımı və təbliği mərhələsi.

Nəşriyyat öz planları əsasında hərəkət edərək, yaxşı tanıdığı müəllifə və ya müəlliflərə müəyyən mövzularda əsər yaratmağı və ya hazır əsərləri varsa, onu çap etməyi təklif edə bilər. Belə bir təklif qarşı tərəfdən, yeni müəlliflərdən də gələ bilər. Hər iki halda müəlliflə müqavilə bağlamaq lazım gəlir.

İş barədə razılığa gəldikdən sonra söhbətlər aparılır, yaranacaq əsərin planı tutulur, onun müxtəlif aspektləri öyrənilir, gərəkli bilindikdə onun fəsillərindən biri ətrafında fikir mübadiləsi edilir.

Öncədən aparılan işin gedişində nəşrin tipi, əsərin janrı, təxmini oxucu dairəsi müəyyənləşdirilməlidir. Əsərin əvvəllər nəşr olunmuş eyni mövzulu əsərlərdən üstünlüyü, fərqi, yeniliyi barədə qabaqcadan aydın təsəvvür əldə olunmalıdır.

Müəlliflərlə əlaqələri redaksiya müdiri, yaxud onun başçılığıyla, gələcək kitabın redaktoru saxlayır və o, bu nəşrin aparıcı redaktoru sayılır. Planlaşdırılan nəşrin qısa ideyası, məzmunu, ayrı-ayrı fəsilləri dəyərləndirilmək, məsləhət və təkliflər üçün müvafiq elmi müəssisələrə də göstərilə bilər.

Eyni proseslər xarici dillərdən edilmiş tərcümələrlə bağlı da aparıla bilər. Bu zaman 0,5 müəllif vərəqinə qədər sınaq tərcümə

mətni tələb edilir. Bu mətn əsasında tərcüməçinin ustalığının qənaətbəxş olub-olmaması, habelə təklif olunan mətnin nəşrə yararlılığı müəyyən edilir.

Belə hallarda bağlanmış müqavilə müəlliflə nəşriyyat arasındakı əlaqələri nizamlayan hüquqi sənəd sayılır. Bu haqda kitabın "Müəlliflik hüququ" və "Müqavilələr" fəsillərində məlumat verilir.

Nəşriyyatda aparıcı ixtisas redaktorluqdur. Redaktor - gələcək kitabın ilk oxucusu və ilk tənqidçisidir. Nəşrin bütün gedişini o yöndədir. Bədii redaktor, dizayner, rəssam, korrektor və digər yaradıcı əməkdaşlar öz işlərinə əsasən onun meyarlarından yanaşır, onun tövsiyələri ilə hesablaşırlar. Nəşrin elmi və bədii dəyərinə görə oxucu qarşısında məsuliyyət daşıyan da məhz redaktordur.

Kitab çapdan çıxandan sonra da redaktorun onunla bağlı işi bitmir. Kitabın oyatdığı reaksiyalar, oxucu tərəfindən necə qarşılanması, mütəxəssislər tərəfindən necə dəyərləndirilməsi də onun maraq dairəsinə daxildir. Bu onun bir növ müəlliflə "ortaqlığının" göstəricisidir: bəzən oxucular, mütəxəssislər nəşrin, kitabın elə məziyyətlərindən danışirlar ki, bunlar əslində redaktor əməyinin bəhrəsi olur.

Nəşr prosesinin redaksiya mərhələsi

1. Müəllifdən əlyazmanın qəbulu

Redaksiya prosesi dedikdə həm müəllif mətni, həm mətni müşayiət edən əyani materiallar, həm də tərtibat-dizayn işi üzərində redaktə (təshih) işləri nəzərdə tutulur. Müəllif mətni üzərində iş nəşriyyat işinin başlıca mərhələsidir. Müəllifdən əlyazmanın qəbulu onun başlanğıcı sayılır. Nəşriyyata daxil olmuş əlyazma bu mərhələdə hərtərəfli qiymətləndirilir, prinsipcə bəyənildikdən sonra redaktəyə verilir.

Yazardan qəbul edilən əlyazma makinada və ya kompüterdə təmiz yığılmış, standart ölçülü (210x297mm) kağızda, vərəqin bir üzündə, iki intervalda, hər sətirdə ən çoxu 60 işarə, hər səhifədə ən çoxu 30 sətir, dəqiq seçilən sətirbaşları ilə (abzaslarla) yazılmış olmalıdır. Səhifədə mətnətrafi ağ (boş) sahə bu qaydada saxlanılmalıdır: solda 2,5 sm, sağda 1 sm, yuxarıda 2 sm, aşağıda 2,5 sm. Əsas mətn içində çap məşınında işarəsi olmayan dillərdəki sözlə-

rin, riyazi və kimyəvi düsturların, iri statistik cədvəllərin, linqvistik mətnlərin transkripsiyaları, not nümunələri nəşriyyata əl yazısında (aydın seçilən, qara mürəkkəblə yazılmış halda) təhvil verilməlidir. Kompüterdə yığılmış mətnin yazı variantı ilə birlikdə disketə köçürülmüş variantı da təqdim olunur.

Əlyazma titullarından başlamış sonuncu vərəqədək ardıcıl səhifələnməlidir. Onda hər fəvriyə ilə göstərilən səhifələr (19a, 135a və s.) olmamalıdır. Titullarından, onun yuxarı sağ küncündə əlyazmanın tam səhifə sayı göstərilməlidir (1-358 səh.). Nəşriyyata təqdim edilən əlyazmanın hər səhifəsində əl ilə edilmiş 5-dən artıq düzəlişə yol verilmir.

Kitab və ya əsər təkrar nəşr olunursa və müəllifdə onun elektron variantı yoxdursa, qabaqkı nəşrin nüsxələrindən ikisi sökülərək, hər səhifə standart (yuxarıda göstərilən ölçülərdə) vərəqlərin bir üzünə yapışdırılmaqla nəşriyyata təqdim olunur. Həmin nüsxələr aydın çap olunmuş və 8-lik keqldən kiçik olmayan şriftlə buraxılmış olmalıdır. Xırda düzəlişləri aydın xətlə mətnə əl ilə yazmaq olar; əlavələr və iri düzəlişlər makinada və ya kompüterdə yazılıb səhifədə lazımı yerinə yapışdırılmalıdır.

Müəllif nəşrdə öz fikrinin dəqiq ifadəsinə nail olmaq üçün əlyazmada gerekli bildiyi bütün qeydləri eləyir; məsələn, mətnə xüsusi nəzərə çatdırmaq istədiyi yerləri işarələyir, başlıqların asılıq ardıcılığını nəzərə çatdırır, şəkil və cədvəllərin yerini müəyyənləşdirir, onları nömrələyir, düsturların yığılmasına dair izahatlar verir.

İllüstrasiyalarla bağlı ayrıca tələblər irəli sürülür: onlar ya birbaşa poliqrafik icra üçün yararlı olmalı, yaxud onların əsasında yenisini yaratmaq üçün kifayət qədər anlaşılıqlı olmalıdırlar. İllüstrasiyaların (şəkillərin) nömrələri onların arxasında rəngli karandaşla göstərilməlidir (Bu haqda bax: "Tərtibat (dizayn)" fəslə).

Deyilənlərdən əlyazmanın qəbulunun mexaniki bir iş olmadığı anlaşılır. Onunla redaktorun, redaksiya müdirinin məşğul olması göstərir ki, həmin proses - yalnız əlyazmanın yazarlar tərəfindən nəşriyyata gətirilməsi faktından ibarət deyil, həm də onun tərkib hissələrinin və tərtibinin dəyərləndirilməsi prosesidir.

2. Əlyazmanın qiymətləndirilməsi

Əlyazmanın qiymətləndirilməsi nəşr prosesində ən məsuliyyətli mərhələlərdən biridir. Qiymətləndirmədə yol verilən xətlər redak-

siya prosesində bir çox maneələrə səbəb ola bilər. Redaktor müəllifə münasibətdə vaxtında kifayət qədər tələbkar olmamasının əziyyətini sonra özü çəkməli olur, işə xeyli artıq əmək sərf eləyir. Nəticədə isə nə qədər diqqətli olsa da, nəşri qüsurlardan tam xilas edə bilmir.

Ona görə də qiymətləndirmə işinə ciddi yanaşmaq, bu mərhələdə müəllifi işlətməkdən çəkinməmək, zəif əlyazmanı götürməmək məsləhət görülür .

Nəşriyyat qəbul etdiyi hər bir əlyazmanın dəyərləndirilməsinə məsuliyyətlə yanaşmalıdır. Müəllifə hə-yox cavabı müəyyən olunmuş zaman çərçivəsində verilməlidir və həmin cavab əlyazmanın taleyini düzgün həll etməlidir.

Əlyazmanın qiymətləndirilməsi - ən çox onun mövzusunə, işlənmə səviyyəsinə və ədəbi formasına aiddir. Bu mürəkkəb, məsul işdə bir sıra şəxslər iştirak edirlər. Ən çox ağırlıq isə, sözsüz ki, aparıcı redaktorun çiyinə düşür. O, ilk tanışlıq əsasında əlyazma barədə aşağıdakı kimi qərarlar (rəylər) çıxara bilər:

- *nəşrə yararlıdır;*
- *nəşriyyatın göstərdiyi çatışmazlıqların aradan qaldırılması üçün müəllifə qaytarılmalıdır;*
- *mütəxəssis rəyinə göndərilməlidir, redaksiya, yaxud mütəxəssislər şurasında müzakirə olunmalıdır;*
- *yararsızdır, bağlaşma-müqavilə pozulmalıdır.*

Bağlaşmasız götürülmüş əlyazmalar haqqında redaktor qiymətləndirmələri aşağıdakılar kimi ola bilər:

- *nəşriyyat planına daxil edilə bilər;*
- *rəyə göndərilməlidir, yaxud redaksiya şurasında baxılmalıdır;*
- *geri qaytarılmalıdır (nəşrə yaramır).*

Bütün hallarda redaktorun rəyi baş redaktorun təsdiqinə verilir.

Əlyazmanın düzgün qiymətləndirilməsi onun ideyası, aktuallığı, sosial təhlilinin dərinliyi, estetik çəkisi kimi cəhətlərinin üzə çıxarılması deməkdir.

Kənar rəyçinin fikri yazılı şəkildə müəllifə göndərilə bilər. Əgər rəyçinin razılığı yoxsa, onda rəyçinin adı açıqlanmamaqla rəyin mətni göndərilməlidir. Bəzi hallarda rəyin əsas məqamları məktub halında müəllifə verilir.

Müəllif öz fikirlərini müdafiə edə bilər. Bu onun haqqıdır. Hətta hər hansı avtoritetlə hesablaşmaya da bilər. Ancaq onun

özünümüdafiəsi elmi surətdə əsaslı olmalıdır.

Nəşriyyatın və rəyçinin tənqidi qeydləri ilə razılaşıqda yazar əlyazmasını geri götürüb onu təkmilləşdirdikdən sonra təhvil verir. Redaktor əsərin yeni işlənmə səviyyəsi ilə tanış olub, onu bəyənirsə, əsər üzərində normal redaksiya prosesləri aparılır.

3. Nəşrə qəbul olunmuş əlyazma üzərində redaksiya işi

Əlyazma üzərindəki redaksiya işinin həcmi və xarakteri əsərin növü, nəşrin səciyyəsi, əlyazmanın keyfiyyəti ilə müəyyənləşir.

Müəllifdən alındığı şəkildə nəşriyyatın istehsalat şöbəsinə göndərilməli əlyazmalar çox az olur. "Əlyazmada bütün düzəlişlər müəllifin əli ilə edilməlidir" deyənlərlə razılaşmaq da çətindir. Doğrudur, buna çalışmalıyıq, ancaq bunun çox zaman alınmadığını, buna görəindən çox-çox artıq vaxt getdiyini də qeyd etməliyik.

Nəşriyyat işində "titul redaktoru" deyilən bir iştirakçı da var. Onun vəzifəsi - əsərin nəşrə hazırlanmasına elmi və ya bədii rəhbərlik etmək, ya da tərcüməçiyə ədəbi-bədii yardımda iştirak etməkdir. Klassik müəlliflərin əsərləri çapa hazırlanarkən titul redaktoru nəşr üzərində elmi-tekstoloji işə başçılıq edir. O, uyğun sahə üzrə görkəmli mütəxəssislər arasından seçilir.

Elmi redaktor isə yalnız müəyyən kitab üzərində işləmək üçün dəvət olunur. O, nəşr layihəsində toxunulan elmi qənaətlərin düzgünlüyünü yoxlayır, rastlaşdığı qeyri-dəqiqlik, çatışmazlıq və yanlışlıqları aradan qaldırmaqda yazara (eləcə də redaktora) kömək edir. Bu iş ədəbi-publisist təcrübəsi olan elm adamları cəlb olunur.

Hər bir nəşriyyatın ətrafında zaman-zaman müəyyən şəxslər qrupu əmələ gəlir, nəşriyyat onların gah birinə, gah o birinə hər hansı bir nəşrin xüsusi (elmi) redaktorluğunu tapşırır. Adətən, onlar hərəsi öz ixtisasına uyğun olaraq nəşriyyatın bu və ya digər redaksiyası ilə əlaqə saxlayırlar.

Ancaq nə elmi, nə də xüsusi redaktor (bunlara kənar redaktorlar deyilir) nəşriyyat redaktorunu əvəz eləmir, onun gərəkliyini aradan qaldırmır. Əslində nəşrin çapa hazırlanması prosesinə qatılmış, onun işıq üzü görməsində az və ya çox iştirak edən şəxslərin hamısının işini nəşriyyat redaktoru əlaqələndirir və yekunlaşdırır. Əlyazmanın kitaba çevrilməsində ilk söz kimi, son söz də ona məxsusdur.

4. Əyani materialların (illüstrasiyaların) redaktəsi

Müəllifin nəşriyyata təqdim etdiyi və ya nəşr layihəsi üçün rəsamlara və fotoqraflara sifariş edilən illüstrasiyalar kitabın mətnini müşayiət edir və onun daha aydın qavranılmasına kömək göstərir. Onların keyfiyyətinə nəzarət məsələsində mətn (aparıcı) redaktoru və bədii redaktor məsuliyyəti bölüşdürməli olurlar. Belə ki, əgər bədii redaktor illüstrasiyanın formasını, estetik cəhətlərini və bəzi texniki məqamlarını qiymətləndirirsə, mətn redaktoru onun məzmununa görə cavabdehlik daşıyır.

Belə bir misal çəkək. Qədim dünya tarixi üzrə kitab üçün rəssama iki illüstrasiya sifariş edilmişdir - Makedoniyalı İskəndərin portreti və Triumvirat - Qay Yuli Sezarın, Pompeyin və Krassın birgə şəkli. Bədii redaktor estetik və rəssamlıq texnikası baxımından şəkilləri qənaətbəxş sayır. Lakin müəllif mətni ilə yaxından tanış olmuş redaktor bir sıra məqamlara görə şəkli yenidən işlənməyə göndərə bilər. Plutarxın yazdığına görə İskəndərin döyüş paltarında diqqəti ən çox cəlb edən onun qırmızı bürüncəyi və dəbilqəsinə taxılan ağ lələklər olmuşdur. Rəssamın çəkdiyi şəkildə isə böyük fətehin bürüncəyi palıdı rəngdədir, dəbilqəsində isə lələk ümumiyyətlə yoxdur. Və yaxud Krass Sezardan on beş il yaşlı olmuşdur, şəkildə isə ondan xeyli cavan görünür.

Eyni sözləri cədvəllər, diaqramlar, başlıqlar və sonluqların tərtibatı haqqında da demək olar: aparıcı redaktor onların aid olduğu mətnin yanında yerləşdirilməsinə, rəqəm və sözlərin düzgünlüyünə, başlıqların asılılıq dərəcəsinə görə tərtibatına diqqət yetirməlidir.

Redaktorun əsərin plan-prospekti üzərindəki işi

Bir çox hallarda nəşr layihəsi üzərində iş nəşrin ideyasından başlayır. Bu ideya *prospekt* (latınca *növ, icmal*) deyilən sənəddə öz əksini tapır. Prospekt müəllifin və ya müəlliflər qrupunun nəşrə təqdim etdiyi (edəcəyi) əsərin adı, mövzusu və qısa məzmunu barədə sənədə deyilir. Onun təqdimi müəlliflə öncədən müqavilə bağlamaq üçün əsas şərtidir, həmin sənəd üzərində redaktor işi isə nəşrin hazırlıq prosesində onun iştirakının vacib mərhələsidir.

Nəşr ideyası (layihəsi) barədə təşəbbüsü hər hansı müəllif və ya nəşriyyatın özü irəli sürə bilər. Bundan asılı olaraq nəşriyyat-redaksiya prosesində prospektin iki əsas tipi fərqləndirilir: yaradıcılıq ərizəsi və prospektin özü.

Yaradıcılıq ərizəsi - müəllifin nəşriyyata müəyyən mövzuda əsər təqdimini nəzərdə tutur. Bu əsər - yazanın özündən gəlir və uyğun sənədin (bağlaşmanın) əsasında dayanır, onun xüsusiyyətlərini müəyyən edir. Onun başlanğıcında müəllif-yazar özü haqda qısa bilgi verir: iş yeri, ədəbi və elmi maraqları, çap olunmuş əsərləri, indiki əsərinin nəşrinin əhəmiyyəti. Ərizənin ikinci hissəsində təqdim edəcəyi əsərdə hansı mövzulara toxunulacağı göstərilir, yaxud onun məzmunu barədə təsəvvür yaradılır.

Prospektin özü (onu bəzən prospekt-plan, bəzənsə sadəcə plan adlandırırlar) - nəşrə əsər təqdimi barədə nəşriyyatın təklifinə cavab olaraq müəllif tərəfindən tərtib edilir. Bu halda təşəbbüs müəllifi tanıyan, onun yaradıcılıq imkanlarına bələd olan nəşriyyata məxsus olur və burada müəllif öz əsərinin nəşrinin zəruriliyini sübut etməyə borclu deyil. Burada o, əsərinin mövzusunu, təyinatını dəqiq təsvir etməli, həcmi göstərməli, planını yerli-yataqlı işləyib hazırlamalı, kitabında şəkillərin gedib-getməyəcəyini bildirməli, nə kimi illüstrasiyalar gerek olacağını göstərməlidir; nəşr iri həcmli olacaqsa, onun elmi-soraq aparatının səciyyə və tərkibi də müəyyənləşdirilməlidir.

Nəşriyyat redaktorunun prospekt üzərində ilkin işi onu qiymətləndirməklə bağlıdır. Bu, olduqca vacib və ciddi diqqət tələb edən məsələdir. Qüsurlu plan-prospekti ciddi öyrənmədən qəbul etmək müəllifi yanlış istiqamətə yönəldə bilər. Müəllif bu zaman haqlı olaraq düşünəcəkdir ki, planım bəyənilibse - yaxşıdır, onun əsasında da işləməliyəm.

Prospekt qiymətləndirilərkən aşağıdakı meyarlar əsas götürülür:

- *nəşr layihəsinin nəşriyyatın spesifikasına uyğunluğu;*
- *kitab bazarında bu cür nəşrlərə olan oxucu marağı;*
- *müəllifin təklif etdiyi mövzu və janr üzrə iş təcrübəsi;*
- *nəşriyyatın bu layihəni həyata keçirmək üçün iqtisadi imkanları və resursları.*

Bəzi nəşriyyatlar prospektləri dəyərləndirmək üçün mütəxəssis-

lərə də göndərilər. Bu zaman gələcək əlyazmanın da eyni rəyçiyə rəyə veriləcəyi nəzərdə tutulur. Bu cür iş üsulu müəllifin mövzuya daha ciddi, daha məsuliyyətlə yanaşmasını təmin edir. Mövzu çox mürəkkəb olduqda onu mütəxəssislərin iştirakıyla redaksiyada müzakirə edirlər.

Redaksiya-nəşriyyat təcrübəsi redaktorlar tərəfindən prospektlərin qiymətləndirilməsi zamanı çox vaxt eyni səhvlərin üzə çıxarıldığını göstərir. Həmin səhvlərin ən səciyyəvilərindən bir neçəsinə nəzər yetirək.

İlk növbədə geniş olmayan prospektlər barədə danışmaq gərəkdir. Belə prospekt, adətən, fəsil və bölmə adlarının sadalanmasından ibarət olur. Adətən, belə prospekt yazara qaytarılır və ondan gələcək kitabda toxunulacaq heç olmasa ən vacib problemləri açıqlamaq xahiş olunur. Yazar nəşriyyatın istəyini bundan sonra da yerinə yetirə bilmirsə, o, həmin mövzudakı kitabı da başa götürə bilməyəcək, deməli, onunla müqavilə bağlanmamalıdır.

Prospektlərin ən çox rast olunan başqa bir çatışmazlığı onların faktlarla həddən artıq yüklənməsi, hərdən ikinci-üçüncü dərəcəli hadisələrə çox yer verilməsidir. Əsərin başlıca qayəsi bu halda da açıqlanmamış qalır. Fəsil və bölmələr arasında tarazlığın pozulması da prospektlərin qüsurlarından sayılır. Belə olduqda, ona bölmələr arasında uyarlıq yaratmağı, yazıb qurtardığı fəsillərdən birini baxılmağa verməyi məsləhət görmək lazımdır.

Redaktorun çıxardığı qərarla prospektin təhlili və dəyərləndirilməsi öz əksini tapmalıdır. Adətən, prospekti redaksiya müdiri və nəşriyyatın baş redaktoru imzalayırlar.

Yuxarıda deyilənlərin hamısı birbaşa prospektlərə və yazar ərizələrinə aiddir. Söz isə, təbii ki, bir və ya bir neçə müəllifin iştirakı ilə orijinal bir əsər ərsəyə qoymaqdan gedir. Nəşr məhsulları isə çoxdur: müntəxəbatlar, toplular, ensiklopediya və sözlüklər, soraqçalar və dərsliklər. Bunların hər biri üçün yazılan prospektin öz spesifik xüsusiyyətləri var. Məsələn, ensiklopedik nəşrlərdə prospekt rolunu sözlük (ad, başlıq siyahısı) oynayır. Bunlarda: a) məqalənin dəqiq adı; b) qısa annotasiya; c) işarə hesabı ilə məqalələrin ölçüsü (həcmi); ç) məqalənin bibliografiyasının olub-olmayacağı barədə bilgi; d) nəşrdə illüstrasiyaların, sxemlərin, çertyojların, xəritə və ya xəritə-sxemlərin verilib-verilməyəcəyinə dair məlumatlar yer alır.

Dərslıkların prospektləri müəyyən xüsusiyyətlərə malikdir. Adətən, belə nəşrlərin planı (prospekti) təsdiqlənmiş tədris proqramıdır. Dərslək prospektində kitabın həcmi (bütövlükdə və hər bəhsin ayrı-ayrılıqda) göstərilir. Belə nəşrlərdə bölmələrin həcmi onlara ayrılan tədris saatlarının sayına görə müəyyənləşdirilir. Prospektdə göstərilir ki, kitabda hansı bəhslər mütləq öyrənilməlidir, hansıları fakültətiv əhəmiyyət daşıyır. Dərsləyin prospektində fəsillərin strukturu və bu strukturda metodik-pedaqoji aparatın (sual və tapşırıqlar, köməkçi mətnlər) yeri haqqında məlumat da verilməlidir.

Topuların, müntəxəbatların, antologiyaların prospektləri xüsusi tələblərə cavab verməlidir. Onların tərtibçiləri materialın seçilməsi və kitabda yerləşdirilməsi prinsipini aydınlaşdırmalı, eləcə də topludakı məqalələrin hər birinin həcmi göstərməlidirlər.

Müəllifin əlyazma üzərində işi

Prospekt bəyənilib müqavilə imzalanandan sonra nəşriyyat prosesi başlanır. Onu "yazar mərhələsi" də adlandırırlar.

Bu mərhələdə də müəllifə istiqamət vermək vacib şərtidir. Bu əməkdaşlığın geniş yayılmış forması redaktorun müəlliflə söhbətləridir. Əsərin məzmunundakı ən mürəkkəb məsələlər - qaynaqlar məsələsi, əsərin quruluşu və s. birlikdə gözdən keçirilir.

Müəlliflə söhbətlərdə bəzən redaktor onun ədəbi hazırlığının aşağı olduğunu görür. Bəzən müəllifin özü bunu boynuna alır; "bacarmıram, işin sonrasının necə gedəcəyini bilmirəm" - deyir. Onda redaktor bu vəziyyəti redaksiya müdiri və baş redaktora bildirir, onların iştirakı ilə qərar çıxarır: ya bu müəllifə səriştəli bir ortaq tapmaq tövsiyə olunur, ya da onunla əməkdaşlığa son qoyulur. Müəlliflə söhbətlər zamanı onun qabiliyyətindəki bəzi çatışmazlıqlar aşkar oluna bilər:

Müəllif mövzu üzrə faktiki materialı yaxşı bilir, lakin onu ümumiləşdirməkdə, fikrini lakonik ifadə etməkdə, əsərini strukturlaşdırmaqda çətinlik çəkir.

Müəllifin gözəl yazı üslubu var, lakin mövzunu zəif bilir.

Hər iki halda redaktor öz məsləhətləri ilə kömək etməli, bu iki göstəricinin ahəngdarlığına nail olmalıdır.

Əsər üzərində işin ilkin mərhələlərində müəllifə köməyin başqa

formaları da var. Bəzən əsərin ünvanlandığı oxucular qrupu ilə onun yazılmış fəsillərindən birinin müzakirəsini keçirmək olar. Belə görüşlər yazıçıya bir çox baxımdan sərfəli ola bilər, məsələn, ona öz gələcək oxucularıyla hansı tərzdə danışmalı olduğunu göstərir.

Aprobasiya (sınaqdan keçirmə) adlanan bu proses xüsusilə dərslərin yaradılması üçün vacibdir. Dərslərin nəşri prosesində artıq hazır olan fəsillər əsasında sınaq dərslərinin keçirilməsi müəllif işinin bütün mənfi və müsbət keyfiyyətlərini üzə çıxara və işin səmərəli davamı üçün böyük rol oynaya bilər.

Nəşriyyat prosesinin bu mərhələsində redaktor işinin formaları nəzərdə tutulan nəşrin növündən və yazıçının şəxsiyyətindən, onun təcrübəsindən də çox asılıdır.

Əlyazma üzərində müəlliflə redaktorun əməkdaşlığı müəllifi redaksiya-nəşriyyat işinin iştirakçısına çevirir. Əsərini nəşr etdirmək istəyən müəllif nəşriyyat işinin spesifikasiyasını nə qədər yaxşı bilsə, ümumi işə bir o qədər xeyir gətirmiş olar. Bu da işin çox əhəmiyyətli tərəfidir. Çünki gələcək kitabın uğurlu çıxması bundan xeyli dərəcədə asılıdır.

Müəllif özgünlüyünə hörmət

Redaktorun bilik səviyyəsindən, zövqündən, sözə fərdi münasibətindən çox şey asılıdır; o nəyəsə rəğbətlə yanaşa, nəyisə xoşlamaya bilər, həyat təcrübəsi, biliyi az və ya çox ola bilər. Bütün bunlar onun mətnə yanaşmasında mütləq özünü göstərəcəkdir. Ancaq redaktor ustalığının hər bir redaktordan umulan önəmli bir cəhəti var: o, obyektiv ölçüləri (meyarları) özünün şəxsi təəssüratlarından fərqləndirməyi bacarmalı, öz baxışlarını üzərində işlədiyi mətnin müəllifinin "məhsuluna" çevirməməlidir. Elə etməlidir ki, müəllif əsəri keyfiyyətə təkmilləşsin, kütləvi olsun, lakin təhrif edilməsin.

Redaktorun müəllif-yazara və onun əsərinə münasibəti redaksiya işinin ən incə məqamlarından biridir. Bu, mürəkkəb qovşaqlı bir məqamdır ki, iki şəxsin bir-birinə münasibəti, iki şəxsi mədəniyyətin qarşılaşmasıdır; bir növ sınaqdır - imtahandır. Burada redaktor daha çox həssaslıq göstərməlidir, çünki yazarın təfəkkürünün və qəlbinin nəticəsi onun qarşısındadır. Çox vaxt məşhur yazar bir çox cəhətlərdən redaktordan üstün olsa da və onun

əsrinin obyektiv dəyəri redaktorun deyəcəyindən asılı olmasa da, demək olar heç bir yazar redaktor sözünə biganə yanaşa bilmir.

Redaktorun mədəniyyəti onun səriştəsindən az əhəmiyyət daşı-mır. Bu amil həm yazara, həm də oxucuya xidmət edir. Səriştəli, dərin bilikli redaktor həm də yüksək mədəniyyət yiyəsidirsə, yazar-lar adətən onunla hesablaşırlar: mövzu seçməkdə, onu bu cür dey-il, başqa cür işıqlandırmaqda və s. məsləhətlərinə əməl eləyirlər. Təki təklif, işə qarışma, düzəlişlər xeyirxahlıqla edilmiş olsun, dey-ilən söz işə bələdliklə deyilmiş olsun, onu deyənin yüksək mədə-niyyətindən soraq versin.

Yazarın üslubuna və mövqeyinə hörmətlə, sayğı ilə yanaşmaq redaktorun borcudur. Mövqesiz, üslubsuz müəllif ola bilməz. Əsə-rinin məzmunuyla yanaşı, mövqeyi və üslubu da onun əsəridir - ya-radıcılığı, yaratdığıdır. Əsərin sahibi - redaktor yox, yazardır. Ancaq nəşr "status"u almış əsərdə redaktorun da öz xidməti, rolu var. O bunu yaxşı bilməli və axıradək müdafiə etməlidir.

Hətta yazmağa yenicə başlayan müəllifin də yazı üslubuna, deyim tərzinə hörmətlə yanaşılmalıdır. Və buradakı "sayğı" sözü yazarın boynuna minnət kimi başa düşülməməlidir.

Əlyazma - redaktor əməyinin başlıca obyektidir. Ancaq o, hə-min əlyazmalar üzərində işləməklə yanaşı və bəlkə də bundan ar-tıq dərəcədə - əlyazma üzərində müəllifin özünün işləməyinə nail olsa, daha yaxşı olar, çünki bəzən redaktorun "əl gəzdirməsi" kifayət etmir, yazarın özünün işə qarışması lazım gəlir. Həm də belə-də onun əsərinə kənar müdaxilə azalır, ola biləsi narazılıqların qar-sısı öncədən alınır.

Qarşılıqlı anlaşmada yazar da redaktorun iş üslubuna və vəzifə borcuna sayğıyla yanaşmağı, onu anlamağı öyrənir.

Redaktordan əsərə obyektiv yanaşma tələb olunur. Eyni za-manda bu işin ümumiyyətlə tənqidi yöndə olması gərəkdir, ancaq bu tənqidin özəllikləri ayırd edilir: yazarın şəxsiyyətinə hörmətlə ya-naşmaq, əsaslı, səriştəli tənqidlə əsərin mövcud dəyərli cəhətlərini üzə çıxarmağa çalışmaq; tənqid xatirinə yox, təshih naminə, yaxşı-laşdırma məqsədi daşıyan tənqidlə təhlillər, vacib düzəlişlər apar-maq tələb olunur.

Yazıcı əməyinə qayğı redaksiya-nəşriyyat işinin səciyyəvi, incə məqamıdır: yol verilən dərəcədə yazıcının işinə, fikir və obrazlar

aləminə müdaxilə etmək, onun əyər-əskiyini tapmaq, üzə çıxarmaq, təshih etmək və yaxud müəllifi düzəlişə sövq etmək ciddi, incə və etik məsələdir. Bu münasibət düzgün qurulduqda müəlliflə redaktor arasında yaradıcı, doğma, işgüzar əməkdaşlıq şəraiti bərqərar olur.

Müəllifin əlyazmasına yanaşmada redaktor öz zövqünü meyar tutmamalıdır; onun zövqündə uyğunsuzluq görərsə, bunu düzəltməyə çalışmalıdır, çatışmazlığı onunla birlikdə aradan qaldırmalıdır.

Yüksək mədəniyyətli redaktor müəllifin əsərinə onun xəbəri, razılığı olmadan heç bir düzəliş, əlavə daxil eləmir. Əlbəttə, burada elə müəllif nəzərdə tutulur ki, özü səriştəlidir, ustadır, nə deyib, nə yazdığını yaxşı bilir, özünə, sözünə məsuliyyətlə yanaşır.

Müəlliflə redaktor arasındakı münasibətlər mədəni-etik sahədir, burada amiranəlik işi ləngidə bilər. Müəllifin ilk və ən diqqətli oxucusu - redaktordur. Burada müəllif bilikli, səbrli, mədəni, geniş dünya görüşlü birisiylə qarşılaşarsa, əsəri qazana, fikri daha da cialana bilər.

Müəllif öz sözü, üslubu, mövqeyi və s. olan şəxsdirsə, onun əlyazmasına "əl gəzdirilməsi" çox zaman xeyir əvəzinə ziyan verir. Redaktor düzəlişi - yalnız zəruriliyi dəqiq müəyyən edildikdən sonra həyata keçirilir. Bəzi yazıların ilk baxışda köntöy cümlə quruluşları, deyimləri olur. Onun köntöylüyünü tezcə rəndələmək olmaz! Bəzən bu "köntöylük" - sistem halında olur, gözəl bir kolorit yaradır, yazarın bənzərsiz üslubunu ortaya qoyur. Mirzə Cəlildə belə hal ilə qarşılaşırıq. O, "eşşəyin itməkliyi" yazır, halbuki özünün hədsiz dərəcədə sevdiyi, təəssübünü çəkdiyi Azərbaycan türkcəsində "itməklik" sözü yoxdur. Mirzədə belə "yoxlar" elə gözəl bir varlıq əmələ gətirdi ki, indi "Molla Nəsrəddin" üslubu deyə həm öyrənilir, həm də ondan bəhrələnilir. Vaxtında çoxbilmiş bir redaktor onu rəndələsəydi, onun yerində nə qalar, onun əvəzinə nə alınardı?!

Elə də olur ki, yazar öz əlyazmasını ilk variant, necə deyərlər, "əsərin karkası, skeleti" olaraq redaktora təhvil verir və onun edəcəyi hər cür qarışmanı irəlicədən qəbul, hətta xahiş edir. Belə hallarda da redaktor müəllifin "nəfəsini" bacardığı qədər saxlamağa çalışmalıdır. Ancaq burada söhbət artıq onun yazarla ortaqlığından gedir.

Yazar redaktorun məsləhəti ilə öz əsərini yaxşılaşdırma bilirsə, bu işdə redaktor ona yardım etməlidir; bunu bacarmırsa, lakin əsərin hər hansı bir cəhətdən dəyəri onun nəşrini zəruri eləyirsə, yaxşılaşdırma işini redaktor aparır. Bu da mümkün olmadıqda yazara qəti rədd cavabı verilir. Ancaq bu cavab da sevgi və sayğıyla verilməlidir.

Əlyazmanın dili və üslubu üzərində iş

Əsl sənətkarın yaradıcılığında forma ilə məzmun bir-birinə qovuşmuş olur, onları bir-birindən ayırmaq çətindir. Forma ilə məzmunun, necə deyirlər, "bir-birinin boyuna biçilməsi" böyük sənətkilərdə də asanlıqla və həmişə başa gəlir. Bu, gərgin və uzunmüddətli əmək istəyir.

Əsasən bədii ədəbiyyatla bağlı deyilmiş bu fikirlər redaktə prinsiplərini müəyyənləşdirməkdən ötrü də əsas ola bilər. Forma-məzmun uyarlığı tez və asan əldə edilmədiyi üçün onların bir-birinə yaxınlaşdırılması redaktə prosesində də davam edir.

Bir halda ki, hər bir əsərin məqsədi fikirdir, fikir isə məzmundur, onda deməli forma-məzmun birliyində məzmun əsasdır, aparıcıdır. Bununla yanaşı, fikrin oxucuya çatdırılması yolları müxtəlif ola bilər. Onlardan ən optimalını seçmək müəllifin və redaktorun başlıca vəzifəsidir.

Əsərin bədii quruluşu, dil və üslubu böyük əhəmiyyət daşıyır. Söz üzərində redaktor işi aramsız axtarışlara, üslub duyğusuna, ədəbi-bədii iş təcrübəsinə əsaslanmalıdır.

Əlyazma üzərində işin məqsədi mətbu sözün təsirini gücləndirmək, onu mümkün qədər daha canlı, daha geniş oxucu əhatəsi üçün anlaşılıq etməkdir.

Əlyazma üzərində redaktor işi ciddi yaradıcılıq işidir, onun məqsədi həm də oxucunun yaradıcı düşüncəsini cilalamaqdır. Söz üzərində iş əslində onun daha dəqiq, yığcam, aydın, gerçək ifadəsinə qayğıdır. Mətni ifadə oyunbazlığından, sözçülükdən, ibtidailiyə enən yalançı sadəlikdən və ya boş yerə hay-küy salan "parlaq" ifadələrdən "təmizləmək" bu işin tərkib hissəsidir.

Səliqəsiz yazının dili istər-istəməz onu oxuyanın idrakında səliqəsizlik yaranmasına gətirib çıxarır. Xüsusən kitab, əlyazma ciddi

mövzulardadırsa. Mətnə tamamilə yersiz sözlər işlədilməsi yalnız dil-üslub "axsaması" deyil, həm də müəllif səliqəsizliyindən xəbər verir. Oxucunun diqqəti yazarın və redaktorun xətalərini düzəltməyə yox, əsərin çatdırmaq istədiyi anlam və məzmunun dərkinə yönəlməlidir.

Qısalıq və yığcamlıq mətbu əsərin, nəşr məhsulunun önəmli keyfiyyətidir. Artıq sözlər mətnin anlaşılmasını çətinləşdirir. İkinci dərəcəli, məna tutumu olmayan söz və parçaları mətnədən mümkün qədər çox çıxarmaq məqsədəuyğundur.

Bəzən forma da öləzik olur, məzmun da. Belə halda redaktor heç nə edə bilməz - əsəri çıxdaş edib yiyəsinə qaytarmaqdan başqa. Bəzən isə həm forma, həm məzmun uğurlu olsa da, bir-birinə uyuşmaya bilər. Bütün bu və digər halları üzə çıxarıb dəyərləndirmək, məzmun-biçim uyurluğuna nail olmaq, yaxud nail olunmasına çalışmaq - redaktorun işidir.

Redaktənin həqiqiliyi, inandırıcılığı

Nəşr olunması hər bir materialın ən önəmli cəhətlərindən biri ondakı faktların, örnəklərin, çıxarılan nəticələrin həqiqiliyi, etibarlılığı, dəqiqliyidir. Bunlar əgəlabatan, gerçəklikdən götürülmüş olmalı, elmi dəyərləndirmə ölçülərinə, meyarlarına cavab verməlidir.

Əlyazmada göstərilən fakt, rəqəm dəqiq olmalıdır. Onların dəqiqliyi ilk qaynaqlar əsasında və ya heç olmasa ən inanılmış mənbə əsasında yoxlanılmalıdır. Ensiklopediyalar, soraq kitabları redaktorun dostu, kitabxanalar sevdiyi yer, arxivlər isə ən mübahisəli məqamlarda üz tutduğu ünvan olmalıdır.

Çap məhsulu geniş auditoriyalara yayılır. Onun yanlışı, dəqihsizliyi, yalanı özündən qat-qat artıq dərəcədə tirajlanır. Bəzən həmin yanlışlar üzərində yeni mühakimələr qurulur, rəylər yaranır.

Səriştəli redaktorlar faktların seçilməsinə və ya seçilmiş faktlara böyük diqqətlə yanaşırlar. Hay-küy yaratmaq məqsədi daşıyan, məsuliyyətsizlik qoxuyan "fakt və hadisələri" çap olunması məhsula yaxın buraxmırlar. Onların fikrincə, fakt bütöv olmalı, aid olduğu gerçəkliyin kontekstindən ayrılmalıdır. Belə faktlar gerçəkliyin dolğun, uzun ömürlü mənzərəsini yaradır, öz zamanının obrazı səviyyəsinə yüksəlir.

Mətbuatda, müxtəlif nəşrlərdə özünə yer eləmiş dəqiq, dolğun faktlar uzun müddət yaşayır, aid olduqları sahələrdə ümumi mühakimələrin doğru-əyriliyini yoxlamaq üçün meyar rolunu oynayırlar.

Burada biz faktla işin metodoloji səciyyəsinə yaxınlaşdıq. O, hər bir müəllifə və redaksiya işçisinə faktik materiala yanaşmanın düzgün yolunu göstərir: istifadə olunması faktlar diqqətlə seçilməli, onlar kompleksli (bütöv) götürülməli, elmi şərhədən keçirilməlidir.

Kütləvilik (populyarlıq) prinsipi

Nəşr olunmuş sözün böyük təsirinə bəslənən inam diqtə edir ki, bu söz aydın, hamının başa düşəcəyi şəkildə deyilsin; həm informativ, həm də maarifləndirici funksiyasını yerinə yetirə bilsin.

Kütləvilik - oxucu ilə onun anlayacağı dildə, onun təsəvvüründəki anlayışlar əsasında danışmaqdır. Ancaq primitivçilik, vulqarçılıq, jarqonçuluq deyil. Ən mürəkkəb məsələni, elmi yenilikləri də oxucuya sadə dillə çatdırmaq, onda bu məsələyə maraq oyatmaq olar.

Bəzən oxucu ilə sadə danışmaq zərurətinə qeyri-ciddi yanaşılır, xalq bir növ "uşaq yerinə" qoyulur, xalq idrakının gücünə inamsızlıq göstərilir. Onunla bir növ sadəlik oyunu oynanılır, "xalq dilindən" seçilmiş sözlər, ifadələr sanki "gözə soxulur", qabardılır, yazan bununla demək istəyir ki, "görürsünüz mən necə sadə yazıram, sizin ləhcənizi necə gözəl bilirəm"... Bunun sadəliyə, kütləvilikə dəxli yoxdur. Kütləvilik prinsipinin canı "oxucunun səviyyəsinə enmək" yox, xalqı yeni, çağdaş səviyyəyə çatdırmaqdır.

Burada bir neçə səciyyəvi cəhətə diqqət yetirmək vacibdir. Birincisi, materialın ciddi surətdə, dərindən, elmi şəkildə işıqlandırılmasıdır ki, burada heç bir sadəlik oyununa yol verilməməlidir, ikincisi, təhkiyənin ardıcılığı - sadə mühakimələrdən və ya yadda qalan nümunələr göstərilməsindən başlayaraq əsas mətləbin açılmasına doğru gediş tələbidir; üçüncüsü, özünəməxsus yeni ideyalar yaranmasına sövq edən materiallardan istifadə olunmasıdır; dördüncüsü, sadə, yığcam, anlaşıqlı örnəklər göstərilməsidir və b.

Redaktə işinin öyrənilməsi

Redaktə işinin nəzəriyyə və praktikasının qaynaqlarını bir neçə qrupa bölmək olar.

Metodoloji səciyyə daşıyan materiallar. Kitab nəşri ilə bağlı mövcud normativ sənədlər və tövsiyələr, təsdiq olunmuş standartlar, beynəlxalq və regional normativlər, hüquqi sənədlər və s.

Keçmiş dövrlərin və zəmanəmizin redaktor təcrübəsi - ayrıca qaynaqlar qrupunu təşkil edir. Buraya "Qələm olsun əli ol katibi-bi-təhrihin ki, bir nöqtə qüsuruyla "gözü" "kur" eylər" deyən dahi Füzulidən tutmuş üzü bəri görkəmli söz ustalarımızın redaktorluq təcrübələri və bu yöndəki ayrı-ayrı işarə və ehyamları daxildir.

Mətbuatda bu və ya başqa kitab, əsər və ya məqalə haqqındakı yazılarda, nəşrlərin önsöz və ya sonsözlərində bəzən çap məhsulunun dili, üslubu, redaktəsi ilə bağlı da çox önəmli fikirlər söylenilir. Bunlar qaynaqların xüsusi kateqoriyasını əmələ gətirir.

Redaktə sənətinin öyrənilməsi üçün hətta ən görkəmli bir redaktorun iş üsulu bütün incəliklərlə təsvir edilərsə, elə bir xeyir gətirməz. Ən yaxşısı - uzun illərin, müxtəlif üsulların təcrübələrini, onların ortaq prinsiplərini mənimsəməkdir.

NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS FOR PUBLISHING**REDAKTƏ İŞİ****Tövsiyələr:**

- ☛ müəllif disketindəki mətnin sizdəki kompüter texnikasının tələblərinə uyğun formata olub-olmadığını yoxlayın, əmin olun ki, redaktə prosesində heç bir texniki problemlə qarşılaşmayacaqsınız;
- ☛ nəşr üçün ayrıca qovluq yaradın və bütün korrektura nüsxələrini orada saxlayın;
- ☛ mətnin ümumi həcmi müəyyənləşdirin, kitabın tərtibat spesifikasiyasına uyğun olub-olmadığını yoxlayın, onu müvafiq həcmə uyğunlaşdırın və bu barədə əlaqədar şəxslərə məlumat verin;
- ☛ korrektura işarələrindən yerli-yerində və lazımı tərzdə (rəngdə) istifadə edərək mətnə aydın və dəqiq düzəlişlər edin;
- ☛ düzəlişlərin dəqiqliyini yoxlamaq üçün korrektura nüsxələrini müəllif əlyazması ilə müqayisə edərək oxuyun;
- ☛ redaktə zamanı mətnin məzmun və üslub uyğunluğunu və eləcə də oxucu auditoriyasını nəzərə alın;
- ☛ orfoqrafiya, durğu işarələri və qrammatika qaydalarına dəqiq əməl edildiyinə diqqət yetirin;
- ☛ mətnin məzmun axıcılığına və məntiq ardıcılığına fikir verin;
- ☛ vahid üslubu saxlamağa çalışın;
- ☛ sözün sətirdən-sətrə keçirilməsi qaydalarını gözləyin;
- ☛ müəllif fikrinin aydın olmadığı yerləri yenidən yazın, müəllifin üslubunu saxlamağa çalışın;
- ☛ mətnə şübhə doğuran yerləri müəyyənləşdirin və müəlliflə məsləhətləşmələr aparın;
- ☛ əmin olun ki, əxlaqi məsələlərlə bağlı qanunvericilikdə əksini

tapmış göstərişlər mətndə nəzərə alınmışdır;

- ☛ *əmin olun ki, edilmiş düzəlişlər zəruridir və texniki cəhətdən büdcə və qrafikə uyğundur;*
- ☛ *mətndə etdiyiniz düzəlişləri əlaqədar şəxslərin nəzərinə çatdırın;*
- ☛ *korrektura üçün printerdə çap edilən vərəqləri ardıcıl nömrələyin;*
- ☛ *iş qrafikə və büdcəyə uyğun yerinə yetirin;*
- ☛ *vaxtında və müvafiq səviyyədə redaktə işini qurtara bilməsəniz, qrafikdə lazımı dəyişikliklər edin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ *nəzərdə tutulan oxucu auditoriyasının xüsusiyyət və tələbləri, dil və intellekt səviyyəsi;*
- ↳ *müvafiq dilin orfoqrafiya və qrammatikası;*
- ↳ *istifadə olunmuş ədəbiyyatın, sitatların və istinad edilmiş mənbələrin verilməsi qaydaları;*
- ↳ *nəşr layihəsinin nəşriyyat yönümünə müvafiqliyi;*
- ↳ *sayıların, ölçü vahidlərinin, abbreviatura və digər ixtisarlarnın yazılış qaydaları;*
- ↳ *mətnin strukturu - bölmələr, fəsillər, müqəddimə, son söz, xülasə, əlavələr və s.;*
- ↳ *müəllifin və kənardan cəlb edilmiş redaktorun müqavilə üzrə məsuliyyət və səlahiyyətləri;*
- ↳ *istehsalat prosesinin xüsusiyyətləri;*
- ↳ *sərəncamınızda olan kompüter texnikası, nəşriyyat-redaktə proqramları;*
- ↳ *lüğət və ensiklopediyalardan istifadə etmək bacarığı;*
- ↳ *nəşrin formatı;*
- ↳ *kompüterdə qovluqların yaradılması və faylların kodlaşdırılması;*
- ↳ *materialı yığılmağa verməyə hazırlayarkən disket nüsxəsi və makina nüsxəsi üzərindəki işin mahiyyəti və fərqi;*

- ↳ *nəşrin tərtibat spesifikasiyası üzrə mətnin həcminə qoyulan məhdudiyətlər;*
- ↳ *nəşrin məzmun, struktur və həcmi ilə bağlı uyğunsuzluqları necə aradan qaldırmalı, yanlış fikirləri, anlaşılmaz və ya ikibaşlı məna verən ifadələri necə düzəltməli.*
- ↳ *mövcud BS korrektura işarələri, onların mənası və işlədilməsi;*
- ↳ *düzəlişlər nə qədər vaxt aparır, neçəyə başa gəlir;*
- ↳ *düzəlişlərin redaktə və dizaynla uyğunlaşdırılması;*
- ↳ *düzəlişlərin vaxt və maliyyə cəhətdən uyğunlaşdırılması;*
- ↳ *nəşr layihəsinin qrafiki və büdcəsi;*
- ↳ *mətn materialının həcm, məzmun və səviyyəsinə dair müqavilənin şərtləri və tərtibat spesifikasiyası;*
- ↳ *qrafik və sürüşkən qrafik - qrafik problemlərini kiminlə və nə vaxt müzakirə etmək olar;*
- ↳ *redaktə prosesində mətnin elektron variantı (disket, disk) və makina nüsxəsi üzərindəki işin oxşar və fərqli cəhətləri;*
- ↳ *bağlanmış müqavilədə müəllifin şəxsi məsuliyyətinə dair müddəalar;*
- ↳ *təkrar nəşr hüquqları;*
- ↳ *böhtan, plagiat, milli və dini hissələrin təhqir olunması, pornoqrafiya, zorakılığın təbliği və nəşriyyat fəaliyyətində buraxılan digər hüquq pozuntuları ilə bağlı qanunvericiliyin tələbləri;*
- ↳ *sitatlardan istifadə hüququ ilə bağlı qaydalar ("Müəllif hüququ, dizayn və patent aktı", 1988).*

CƏDVƏLLƏR VƏ ELMİ MƏTNLƏR

Tövsiyələr:

- ↳ *kitabın spesifikasiyası, oxucu auditoriyası, göstəricilərin növü (ad göstəricisi, termin göstəricisi və s.), cədvəllərin sayı, kitabın formata uyğunluğu, cədvəl və başqa elmi xarakterli illüstrasiyalara edilən qeydlərin xüsusiyyəti və həcmi, istifadə*

olunmuş və istinad edilmiş ədəbiyyatın verilməsi üslubu (mətnin içində, səhifənin aşağısında, kitabın sonunda) və s. vacib göstəricilər haqda qeydlərdən ibarət xülasə hazırlayın;

- ☛ cədvəlləri, qeydləri, əlavələri, çıxarış və biblioqrafik materialları redaktə zamanı ayrıca qeyd edin və tərtibat üslubu ilə əsas mətndən fərqləndirin;
- ☛ göstəricilərin əlifba sırasını və səhifə nömrəsini diqqətlə yoxlayın;
- ☛ cədvəllərdəki söz və rəqəmlərin yerli-yerində olduğunu müəllif nüsxəsi ilə müqayisə edərək dəqiqləşdirin;
- ☛ əmin olun ki, durğu işarələri və ixtisarlardan düzgün istifadə edilib;
- ☛ qeydlərin dəqiqliyinə və məntiqəuyğunluğuna diqqət yetirin;
- ☛ anlaşılmaz yerlər varsa, müvafiq şəxslərlə (müəllif və ya elmi redaktorla) müzakirə edib aydınlaşdırın;
- ☛ ziddiyyətli fikirləri, səhv və yanlış mülahizələri üzə çıxaran və müəllifin nəzərinə çatdırın;
- ☛ redaktə zamanı müvafiq terminoloji lüğətlərdən istifadə edin.

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ♣ kitabın ünvanlandığı oxucu auditoriyasının yaş və intellektual səviyyəsi;
- ♣ dil üslubu və terminologiya oxucu auditoriyasına uyğundurmu;
- ♣ elmi və elmi-kütləvi üslublar arasındakı fərq;
- ♣ istifadə olunmuş ədəbiyyatın verilməsi üslubu: kitabda yeri, nömrələnmə sistemi, ardıcılığı;
- ♣ istinad edilmiş mənbələrin verilməsi üslubu: kitabda yeri, nömrələnmə sistemi, ardıcılığı;
- ♣ ölçü vahidləri, abbreviatura və digər ixtisarlardan verilməsi qaydası;
- ♣ cədvəllərin tərtib edilməsi qaydaları;
- ♣ qeyd, sitat və biblioqrafiyanın verilməsi qaydaları;

- ↳ göstəricilərin seçilməsi meyarları;
- ↳ əlifba sırası;
- ↳ sitatları necə yoxlamalı;
- ↳ səhifə çıxarışlarının verilməsi qaydaları;
- ↳ digər səhifələrə istinad formaları;
- ↳ müəllifin və redaktorun şəxsi məsuliyyətləri və səlahiyyətləri.

İLLÜSTRASIYALAR VƏ ONLARIN ŞƏRHİ

Tövsiyələr:

- ☛ illüstrativ materialların tərtibat spesifikasiyasına müvafiq olduğunu yoxlayın, müvafiq deyilsə, əlaqədar şəxslərə deyin, çətişməyən cəhətləri müəyyən edib aradan qaldırın;
- ☛ tərtibatçı və bədii redaktor üçün əlavə suallar çıxmasın deyərək hər bir illüstrasiyanın mətnin hansı hissəsi ilə bağlı olduğunu dəqiq göstərin;
- ☛ şəkillərdən dizayn prosesində düzgün istifadə edilməsi üçün onları mətnə müvafiq olaraq yerləşdirin;
- ☛ əmin olun ki, illüstrasiyalarla bağlı müəlliflik hüquqlarına riayət olunmuşdur;
- ☛ əmin olun ki, şəkillərdən istifadə olunması haqqda müqavilələrin və lisenziyaların şərtlərinə əməl olunmuşdur;
- ☛ şəkillər üçün qonorar və təkrar nəşr üçün ödəmələr şirkətin büdcəsi daxilindədir;
- ☛ başlıqların məntiqi cəhətdən şəkillərə uyğun olmasına fikir verin;
- ☛ mətn, şəkil və başlıqların məzmun və üslub bağlılığına diqqət edin;
- ☛ şəkillərin və maketin səhifələrinin düzgün kəsilməsinə nəzarət edin;
- ☛ əmin olun ki, şəkillər mətnin məzmununa və üslubuna uyğundur və məzmunca müəllif fikrinin tamamlanmasına xidmət edir;

- ☛ *şəkilaltı söz və izahların aydın, dəqiq, mətnə və illüstrasiyaya uyğun olmasına diqqət edin, şərhlərdə vahid üslubu saxlamağa çalışın;*
- ☛ *şəkillərin nəşriyyatın texniki imkanlarına müvafiq formatda təqdim olunmasını tələb edin;*
- ☛ *əmin olun ki, illüstrasiyanın şərhləri düzgündür, müəllif və digər əlaqədar şəxslər tərəfindən yoxlanılıb;*
- ☛ *illüstrasiyaları və şərhləri tertibatçı ilə razılaşdırılmış şəkildə nömrələyin ki, dizayner, yığıcı və başqa icraçılar onları səhv salmasınlar;*
- ☛ *diqqət yetirin ki, tertibat zamanı illüstrasiyalar və onların şərhləri oxucular üçün anlaşılıqlı şəkildə bağlanılıb;*
- ☛ *mətn, şəkil, başlıq, qeydlər, çıxarışlar və s. arasında məntiqi və üslub bağlılığına riayət edin;*
- ☛ *şəkillərdə edilmiş dəyişikliklərlə əlaqədar mətn, başlıq və göstəricilərdə lazımi düzəlişlər edin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ☛ *şəkillərin sayı və xüsusiyyətləri ilə bağlı müqavilə şərtləri, bu şərtlər üçün cavabdeh olan şəxslər;*
- ☛ *kitabın məzmunu, üslubu, spesifikasiyası və təyinatı;*
- ☛ *şəkil və dizayn spesifikasiyası ilə bağlı redaktə işləri;*
- ☛ *mətnin məzmunu və üslubu;*
- ☛ *oxucu auditoriyasının səviyyəsi və tələbləri;*
- ☛ *şəkilaltı söz və izahların üslubları;*
- ☛ *mətnin illüstrasiyası üçün nəyə üstünlük verməli - fotosəklə, yoxsa rəssam işinə, seçim meyarları;*
- ☛ *fotosəkillərin və rəsm əsərlərinin kompüterdə işlənilib hazırlanması üçün sizin nəşriyyatda istifadə olunan proqramlar - PhotoShop, PhotoPaint, Corel DRAW;*
- ☛ *bədii şəkillərin keyfiyyət meyarları;*
- ☛ *fotosəkillərin keyfiyyət meyarları;*

- ✦ *orijinal illüstrasiyaların qüsurlarının kompüterdə aradan qaldırılması üsulları;*
- ✦ *şəkil və başlıqları necə uyğunlaşdırmalı;*
- ✦ *şəkillərin səhifələrdə yerləşdirilməsi şərtləri;*
- ✦ *oxucu kütləsinin xüsusiyyət və tələbləri;*
- ✦ *şəkillərin ölçülməsi, kəsilməsi və istehsalata hazırlanması üsulları;*
- ✦ *illüstrasiyaların nəşriyyata təqdim olunması qrafiki;*
- ✦ *illüstrasiyaların mənbəyi, vizual materiallarla bağlı müəlliflik hüquqları;*
- ✦ *şəkillərin müəllifliyi və istifadə olunması haqda icazə harada qeyd olunmalıdır.*

BURAXILIŞ MƏLUMATLARI VƏ BAŞQA GÖSTƏRİCİLƏR

Tövsiyələr:

- ✦ *titul səhifələrini müvafiq qaydada tərtib edin;*
- ✦ *əmin olun ki, müəlliflik hüququnun kimə aid olma haqda qeyd düzgündür, bu cür qeydlərə qarşı qoyulan tələblərə cavab verir və nəşrin müvafiq yerində verilmişdir;*
- ✦ *nəşirə, nəşrə və onu istehsal edəcək mətbəəyə (mətbəələrə) aid Azərbaycan Respublikasının "Nəşriyyat işi haqqında" Qanununda təsbit olunmuş zəruri buraxılış məlumatlarını tam və dəqiq əks etdirin;*
- ✦ *mətni yığılmağa verərkən buraxılış məlumatlarını və nəşrə aid digər göstəriciləri müvafiq işarələrlə aydın və dəqiq göstərin;*
- ✦ *kitab kataloqlarına daxil etmək üçün informasiya hazırlayın;*
- ✦ *beynəlxalq kitab kodunu (ISBN) və kitab təsnifatı göstəricilərini müvafiq qaydada və yerdə yerləşdirin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ♣ Azərbaycan Respublikasının "Nəşriyyat işi haqqında" Qanununda təsbit olunmuş zəruri buraxılış məlumatları;
- ♣ nəşriyyatın və çap məhsulunu hazırlayanın adı, ünvanı, xüsusi razılığın nömrəsi və verilmə tarixi;
- ♣ buraxılış yeri və ili;
- ♣ əlyazmanın yığıma verildiyi və çapa imzalandığı tarix;
- ♣ hesab-nəşriyyat həcmi;
- ♣ fiziki həcmi;
- ♣ formatı;
- ♣ səhifələrin sayı;
- ♣ kağızın tipi;
- ♣ şriftin növü (qarnituru);
- ♣ çap üsulu;
- ♣ tiraj;
- ♣ qiyməti, yaxud "müqavilə qiyməti ilə" və ya "pulsuz" qeydi;
- ♣ titul səhifələri hansılardır, hansı səhifədə hansı məlumatlar olur;
- ♣ müəlliflik hüququna dair müqavilə şərtləri;
- ♣ müəlliflik hüququnun verilməsi nə deməkdir və bununla bağlı redaktorun məsuliyyəti;
- ♣ müəlliflik hüququ lisenziyası nə deməkdir;
- ♣ kitab kataloqlarına daxil edilən informasiya necə yazılmalıdır;
- ♣ kataloq məlumatlarında nəşrin ISBN göstəriciləri;
- ♣ ISBN göstəricisində rəqəmlərin mahiyyəti;
- ♣ nəşriyyatın loqotipi.

TƏRTİBAT (DİZAYN)

Dizayn ingilis sözü olub (design) verilmiş materialların müəyyən məkanda yerləşdirilməsi deməkdir. Kitab nəşrindən söhbət gedərkən dizayn dedikdə ilk növbədə verilmiş mətnin və illüstrasiyaların səhifədə ahəngdar yerləşdirilməsi nəzərdə tutulur. Doğrudur, müasir beynəlxalq nəşriyyat aləmində kitab dizaynı yalnız səhifələrin deyil, ümumiyyətlə, kitabın elementlərinin ayrı-ayrılıqda və vəhdətdə tərtibatını nəzərdə tutan çox vacib nəşriyyat prosesi sayılır ki, buraya bizim "texniki redaktə" adlandırdığımız mərhələ də daxildir.

Dizaynın əsas məqsədi kitabın ehtiva etdiyi informasiyanın oxucu tərəfindən asan mənimsənilməsinə nail olmaqdır.

Hər bir nəşrin dəyəri onun ehtiva etdiyi mətnin - informasiyanın yeniliyi, maraqlılığı, düzgünlüyü və vacibliyi ilə yanaşı, həm də həmin nəşrin tərtibatı, dizaynı, texnoloji tələblərə uyğunluğu ilə ölçülür. Kitab yüksək sənət əsəri kimi zövq oxşamalındır, oxucunu cəlb etməlidir. Müasir nəşriyyat sənayesində, xüsusilə kitab marketinqində bu məsələlərə xüsusi diqqət yetirilir. Oxuculara çoxsaylı kitabların təqdim olunduğu bir zamanda kitab köşkü qarşısında dayanmış oxucunun az bir zamanda onu maraqlandıran adların hamısı ilə tanış olmağa vaxtı olmur. Sizin kitabınız potensial oxucunu ilk növbədə öz xarici görkəmi və yüksək zövqlü tərtibatı ilə cəlb etməlidir.

Nəşrin bədii-texniki tərtibatı - müəyyən təşkilati və texnoloji şərtlər və qaydalar nəzərə alınmaqla həyata keçirilən mürəkkəb yaradıcılıq işidir. Ümumiyyətlə, müasir kitab dizaynı çox mürəkkəb və çoxşaxəli elm sahələrindən biri olub kompüter texnologiyaları ilə bağlı bir məfhumdur. Nəşriyyatda istifadə olunan kompüter

proqramlarının dizayn üçün yaratdığı imkanlar haqqında çoxlu sayda kitablar yazılıb. Bu fəsilə müasir nəşriyyat-poliqrafiya tələblərinə uyğun kitab dizaynının elementləri, bədii redaktorun funksiyaları, çapaqədərki proseslərin ardıcılığı haqqında ümumi məlumat verilir.

Bədii redaktor və onun vəzifələri

Kitabın yüksək səviyyəli bədii tərtibatını və texnoloji tələblərə uyğunluğunu, nəşriyyatın bədii redaktorunun rəhbərliyi altında işləyən yaradıcı heyət təmin edir (dizayner, rəssam, fotoqraf və b.). Əvvəllər dövlət nəşriyyatlarında (indi də bir sıra iri nəşriyyatlarda) kitabın tərtibatında bədii redaktorla yanaşı nəşrin bir sıra texniki məqamlarına cavabdeh olan və onun sonrakı istehsal prosesi üçün hazırlığını texnoloji cəhətdən təmin edən texniki redaktor da iştirak edirdi. Hazırda bir çox nəşriyyatlarda bu funksiya da bədii redaktorun səlahiyyətinə daxildir.

Bədii redaktor aşağıdakı funksiyaları icra edir:

1) *nəşrin layihəsini, onun bədii-texniki tərtibat açıqlamasını hazırlamaq və təsdiqini razılaşdırmaq;*

2) *dizayneri, rəssamları, qrafikləri, fotoqrafları hazırlanacaq layihə üzərində işə cəlb etmək;*

3) *nəşrin maketini (nümunəsini), hazırlamaq və yaxud tərtibatçı rəssamlara - dizaynerlərə maketin hazırlanmasını sifariş vermək;*

4) *maketin bədii və texnoloji baxımdan çapa yararlığına nəzarət etmək;*

5) *müəllif tərəfindən təqdim olunmuş illüstrativ materialların nəşrə yararlığını təyin etmək;*

6) *çapaqədərki mərhələnin sonunda materialların hazırlığını və onların çapa yararlığını yoxlamaq;*

7) *nəşrin ilkin nümunəsinin (siqnal nüsxəsinin) keyfiyyətini yoxlamaq və təsdiq etmək;*

8) *layihəyə cəlb edilmiş rəssamların, fotoqrafların, dizaynerlərin işi keyfiyyətlə və qrafik üzrə yerinə yetirmələrinə nəzarət etmək;*

9) *nəşriyyatdaxili qaydalara uyğun olaraq layihəyə cəlb edilmiş rəssamların, fotoqrafların, dizaynerlərin əmək haqlarının ödənilməsi üçün sənədləri hazırlamaq.*

Bu vəzifələri yerinə yetirmək üçün bədii redaktor kitabın müəl-

lifi və redaktoru ilə birgə işləməklə yanaşı, kənardan mütəxəssislər də cəlb etməli olur. Təcrübəli bədii redaktorun "ehtiyatında" adətən kifayət qədər belə mütəxəssis olur və o, çətinlik çəkmədən nəşrin spesifikasiyasından asılı olaraq müvafiq rəssam, qrafik və ya fotoqraf tapır. Yeni işə başlayan bədii redaktorlar bu məsələdə ehtiyatlı olmalıdırlar. Yaradıcı mütəxəssis seçərkən onun sadəcə fotoları, rəsmləri ilə deyil, məhz kitab qrafikası sahəsindəki işləri ilə tanış olmaq lazımdır. Nəşriyyat işləri üçün sifarişlər yerinə yetirmiş rəssam və fotoqraflar adətən bu işin özünəməxsusluğunu yaxşı bilir və dizaynerin işini yüngülləşdirirlər.

Layihənin tərtibatına hazırlıq

Müasir dövrdə kompüter texnikasından istifadə edən hər bir nəşriyyat üçün çapa hazırlıq mərhələsi kifayət qədər sürətli prosesdir. Nəşr layihəsi üçün təqdim olunan mətn və illüstrativ materiallar, nəşriyyatın imkanları, istehsalat şöbəsinin tələbləri nəzərə alınaraq nəşrin tərtibatına dizaynerlər cəlb olunur və yaxud bu işi bədii redaktor öz üzərinə götürür. Bədii redaktor kompüter texnikasından istifadə etməyi və əsas nəşriyyat proqramları ilə işləməyi bacarmalı və yaxud (ən azı) bu proqramların təyinatı və imkanları haqqında ümumi anlayışa malik olmalıdır.

Nəşrin layihəsi hazırlanarkən onun mətbəədə hansı üsulla çoxaldılacağı və bu layihə ilə bağlı maliyyə imkanları nəşriyyatın rəhbərliyi ilə razılaşdırılmalıdır.

Tərtibat haqqında məlumat xüsusi sənəddə - açıqlamada öz əksini tapmalıdır və bunu nəşir rəsmi şəkildə təsdiq etməlidir.

Layihəni hazırlayarkən bunlar nəzərə alınmalıdır:

1) *nəşrin növü, oxucu auditoriyası, istifadə müddəti (davamlılıığı);*

2) *nəşrin formatı və ölçüləri;*

3) *nəşrin həcmi;*

4) *nəşrin informasiya tərkibi (mətn, onun işarə tərkibi, illüstrativ materiallar və onların növləri);*

5) *nəzərdə tutulan çap üsulu (üsulları), cildləmə növü.*

Nəşrin formatı

Nəşrin formatı onun çapı üçün istifadə olunan kağız vərəqinin ölçüsünə nisbətə müəyyən olunur.

Nəşr istehsalı üçün bir xammal kimi kağız və onun xüsusiyyətləri haqqında bu kitabın "İstehsalat" bölməsində danışılacaq. Lakin nəşrin tərtibatına rəhbərlik edən və onu çap prosesinə hazırlayan bədii redaktor istifadə olunacaq kağızın bir sıra xüsusiyyətləri, ilk növbədə ölçüləri haqqında müəyyən təsəvvürə malik olmalıdır.

Həm rulon (tağalağa sarınmış) həm də vərəqə kağızın standart ölçüləri var. Rulon kağızının ölçüsü dedikdə adətən onun eni əsas götürülür. Vərəqə kağızın formatı isə vərəqin eni və uzunluğu ilə ölçülür: 60x90 sm, 70x100 sm. və i.a. Burada ilk rəqəmlər vərəqin enini, ikinci rəqəmlər isə onun uzunluğunu təyin edir. Rulon kağızları 60, 70, 75, 84, 90, 100, 108, 120, 126, 140 və 168 sm enində hazırlanır. Lakin rulon kağızı da bir çox hallarda eyni ölçüdə olmaqla eninə kəsilir və standart vərəq formatına salınır.

Beləliklə, istənilən halda "çap kağızının formatı" deyilən ölçülər yaranır:

60x84, 60x90, 70x90, 70x100, 70x108, 75x90, 84x108 və s.

Ölkəmizin mətbəələrində daha çox işlənən ölçülər 60x84, 60x90, 70x90, 70x100, 84x108 ölçüləridir. Qeyd etmək lazımdır ki, estetik baxımdan kitabın gözəlliyi və poliqrafik keyfiyyət ölçünün düzgün seçimi ilə üzvi surətdə bağlıdır.

Eyni ölçülü çap kağızından müxtəlif formatlı nəşrlər istehsal etmək olar. Bu, kitabın bir səhifəsinin ölçüsünü almaq üçün çap kağızının neçə dəfə qatlanmasından asılıdır.

Məhz buna görə də kitabın formatı haqqında məlumatda ilkin informasiyanı çap kağızının ölçüləri təşkil edir: 60x90 1/16, 70x90 1/32, 84x108 1/32, 84x108 1/64. Bu rəqəmlər blokunda "1" rəqəmi (yəni bir çap vərəqi) həmişə təkrar olunduğundan son zamanlar yazılmır, sadəcə nəzərdə tutulur, məsələn, 60x90/16.

Beləliklə, nəşrin formatını göstərən rəqəmlər blokunu iki hissəyə ayırmaq olar:

1) 60x90 - çap vərəqinin ölçüsü;

2) 1/16 - nəşrin bir səhifəsinin (kəsimə qədərki) ölçüsünün çap vərəqinin ölçüsünə nisbəti.

Daha geniş yayılmış bölgələr bunlardır: $1/8$, $1/16$, $1/32$ və $1/64$ (şəkil 1).

$1/8$ - bölümündə vərəqin uzun tərəfi 4 hissəyə, qısa tərəfi isə 2 hissəyə bölünür.

$1/16$ - hər iki tərəf 4 hissəyə bölünür.

$1/32$ - uzun tərəf 8, qısa tərəf 4 hissəyə bölünür.

$1/64$ - uzun tərəf 8, qısa tərəf 8 hissəyə bölünür.

$1/8$	$1/16$	$1/32$		$1/64$	

Şəkil 1. Vərəqin müxtəlif ölçülərə bölünməsi.

Kitabın maketini tərtib edərkən kəsimdən əvvəl və sonrakı ölçüsü mütləq nəzərə alınmalıdır. Nəşrin ölçüsü dedikdə hazır blokun kəsimindən sonra qalan ölçüsü nəzərdə tutulur. Adətən bu kəsim 3-5 mm təşkil edir. Nadir hallarda tərtibatçılar kəsim zolağını artır da bilərlər.

Nəşrin ölçüləri adətən millimetrlə ifadə olunur. Məs: 130x200, 145x215, 165x220 mm. Bu halda birinci yerdə səhifənin eni, ikinci yerdə isə hündürlüyü yazılır.

Nəşrin ölçüsünü təyin etmək üçün tərəflərin ölçüləri uyğun rəqəmlərə, yəni uzun tərəf çox hissəyə, qısa tərəf isə az hissəyə bölünür. Sonra nəşrin eni 5 mm, hündürlük isə 10 mm kiçilir, çünki kitab hazır olduqdan sonra nəşr endən, yuxarıdan və aşağıdan 5 mm-ə qədər kəsilir.

Misal: 84/108 $1/32$ formatda kitabın ölçüləri:

Kəsimə qədər:

84 sm : 4 = 21 sm = 210 mm;

108 sm : 8 = 13,5 sm = 135 mm.

Kəsimdən sonra:

135 mm - 5 mm = 130 mm;

210 mm - 10 mm = 200 mm;

Kitabın ölçüsü: 130x200 mm.

Reklam xarakterli nəşrlərdə qeyri-standart ölçülər istifadə edilərsə, bu halda ölçülər mətbəə ilə əvvəlcədən razılaşdırılmalıdır.

Ölçü seçilərkən səhifənin sahəsi, burada yerləşəcək mətnin və illüstrasiyanın rahat mənimsənilməsi baxımından müəyyən edilməlidir. Cədvəl, şəkil və digər illüstrativ materiallara xüsusi diqqət yetirilməlidir. Əlbəttə, kompüter texnologiyası yaddaşa köçürülmüş istənilən illüstrasiyanı kiçildib-böyütmək imkanı verir, lakin onların asan qavranılması və zövq oxşaması üçün dizayner optimal ölçünü, mətn sahəsi ilə illüstrasiya sahəsinin uyğun nisbətini tapmalıdır.

Şriftlər

Kitab dizaynı zamanı ən vacib və məsuliyyətli məqamlardan biri şrift seçimidir. Bu seçim üçün əsas meyarlar nəşrin növü və nəzərdə tutulan oxucu auditoriyasının yaş xüsusiyyətləridir. Dizayn işinə yeni başlayanlar müxtəlif tipli nəşrləri nəzərdən keçirməklə bu haqda məlumat əldə edə bilərlər. Bu başlıqda isə biz daha çox şriftlərin bir sıra texniki xüsusiyyətlərindən və onların kitab dizaynındakı rolundan danışacağıq.

Şrift dedikdə yalnız əlifbanın baş və sətiri hərfələri deyil, həm də rəqəmlər, durğu işarələri, müxtəlif nişanlar, işarələr və simvollar nəzərdə tutulur. Şriftləri səciyyələndirən bir sıra göstəricilər var ki, bu da ilk növbədə *qarnitur* və *keql* anlayışları, hərf elementləri və şriftlərin qrafik xüsusiyyətləridir.



Şəkil 2. Şrift elementləri.

Keql - şriftin ölçüsünü (böyüklüyünü) ifadə edir. Bu, baş hərfin yuxarı səthindən sətri hərfin aşağı çıxma elementinin oturma xəttinə qədər olan məsafədir (şəkil 2). Bu ölçü adətən punktla ifadə olunur.

Kompüter proqramlarında istifadə olunan ölçü vahidlərinə nəzər salaq.

Bu poqramların əksəriyyəti susma (Default) rejimində ingilis uzunluq vahidi olan *düymdən (inch)* istifadə edir. Bununla yanaşı şriftlərin ölçülməsində *punkt (pt)*, *pika (p)* ölçü vahidləri də nəzərdə tutulmuşdur. Bu vahidlərin metrik sistemdən olan mm-lə ifadəsi aşağıdakı kimidir:

$$1'' (\text{inch} - \text{düym}) = 25,4 \text{ mm};$$

$$1 p (\text{pica} - \text{pika}) = 4,23 \text{ mm};$$

$$6 p = 1'' = 25,44 \text{ mm};$$

$$1 pt = 1/72 \text{ inch} = 0,3505 \text{ mm}.$$

Bu ekvivalentliyi bir ardıcılıqda belə ifadə etmək olar:

$$1'' = 6 p = 72 pt = 25,4 \text{ mm}.$$

Yığılmış mətnin daha yaxşı mənimsənilməsi üçün şriftlərin və sözlərin ara məsafələrinin ölçüsünü də nəzərə almaq lazımdır. Ara məsafələrin mütləq ölçüsü deyil, onların şriftin keqlinə olan nisbəti əsas götürülür ki, buna da *şpasiya* deyilir. Bir sıra proqram təminatlarında susma rejimində şpasiya keqlin 25%-i kimi proqramlaşdırılır, lakin onu "əllə" də tənzimləmək mümkündür. Bununla əlaqədar şpasiyanın qradasiyalari da müəyyən olunub: *dairəvi şpasiya* (keqlin ölçüsü boyda), *qövsü şpasiya* (keqlin yarısı boyda), *nazik şpasiya* (keqlin dördü biri boyda).

Qarnitur - işarələri analoji dizaynli, müxtəlif ölçülü şrift komplektidir.

Qarniturların öz adları olur (Times, Helvetica, Garamond, Courier, Arial və s.), bu da nəşr üçün onların seçimini və bədii redaktorla dizayner arasında peşəkar ünsiyyəti asanlaşdırır.

Qarniturların da müxtəlif üslubları olur. Onlar qalınlığına, mailliyinə, enliliyinə görə fərqlənir, lakin istənilən halda bir qarniturun şriftləri olurlar.

Qalınlığına görə şriftlər *açıq (light)*, *normal (regular)*, *yarımqalın (demi)*, *qalın (bold)*, *tünd (heavy)*, *qara (black)* ola bilərlər.

Misal:

Dizayn Dizayn Dizayn **Dizayn Dizayn Dizayn**

Enliliyinə görə şriflər *ensiz* (condensed), *normal* (normal) və *enli* (expanded) şriftlərə bölünür.

Misal:

Dizayn Dizayn **Dizayn**

Kompüterdə tərtibat zamanı xüsusi əməliyyatın köməyi ilə lazım olduqda şaquli şrifləri mailləşdirmək olur, buna *maili şriflər* (oblique) deyirlər. Maili şrift kimi *kursiv* (italic) şrifti də müəyyən bucaq altında "yana yığılmış" olur, lakin onun şaquli (normal) şrift-dən fərqlənən (bir qədər oynaq) üslubu olur.

Misal:

Dizayn - maili (oblique); *Dizayn* - kursiv (italic)

Nəzərə alsaq ki, müasir kompüter proqramları istifadəçiyə yüzlərlə şrift qarnituru təklif edir və onların hər birinə müxtəlif üslublar vermək olur, dizayner minlər, bəlkə də on minlərlə şrift içərisindən seçim etmək qarşısında qalır.

Bədi redaktor nəşr layihəsinin tərtibat açıqlamasında adətən əsas mətnin və təkrar olunan elementlərin (sərlövhlərin, başlıqların, yarımbaşlıqların, şəkilaltı sözlərin) şriflərini qeyd edir.

Məsələn:

Başlıqlar - Arial, 12 pt, baş hərflərlə, qalın.

NAŞİR

Yarımbaşlıqlar - Arial, 11 pt, sətri hərflərlə, qalın, kursiv.

Naşir

Şəkilaltı sözlər - Times, 10 pt, normal, kursiv

Naşir

Deyildiyi kimi. "qarnitur"a hərflər, rəqəm və durğu işarələrindən başqa çoxlu sayda nişan və simvollar da daxildir. Onların arasında müəlliflik hüququnun simvolundan (©) tutmuş oyun kartlarının nişanlarına kimi ən müxtəlif hallar üçün nəzərdə tutulmuş işarələr vardır. Bir qarnitur daxilində rəqəmlərin hündürlüyü baş hərflərin hündürlüyünə bərabərdir

Şriftləri seçiyələndirən əsas göstəricilərdən biri də *kərtiklər* (*çixıntılar*) və *çixma elementləri*dir (şəkil 2). Çixma elementləri sətiri hərflərə aiddir və aşağı çixma elementlərinə (*desender*) və yuxarı çixma elementlərinə (*asender*) bölünür. Çixıntılar isə yalnız bir qrup şrift qarniturlarına xasdır.

Qarniturların çoxluğu onların təsnifatı zərurətini meydana çıxarır. Müasir kitab dizaynı nəzəriyyəsində qarniturları aşağıdakı qruplara bölürlər:

- kərtikli (çixıntılı) şriftlər və ya antikva (serif):

Nəşriyyat

- kərtiksiz (çixıntısız) şriftlər və ya qrotesklər (sans serif):

Nəşriyyat

- bədii-dekorativ şriftlər (decorative):

Nəşriyyat

- əlyazma (script):

Nəşriyyat

Nəşr üçün şriftin (qarniturunun və keqlinin) seçimi ilk növbədə nəşrin növündən və nəzərdə tutulan oxucu auditoriyasının yaş səviyyəsindən asılıdır. Əsas mətn üçün asan oxunulan və tez qavranılan kərtikli və ya kərtiksiz şriftlər seçilir. Böyüklər üçün nəzərdə tutulan elmi, elmi-kütləvi, bədii əsərlərdə bu şriftlərin ölçüsü (keqli) 10-11 pt, həmin kitablarda verilən əlavə materiallar - çıxarışlar, göstəricilər, bibliografiya və s. üçün isə 8-9 pt təşkil edə bilər. Orta məktəb dərsləkləri üçün şriftlərin qarniturları və ölçüləri adətən siniflərdən (1-4, 5-8, 9-11) asılı olaraq Təhsil Nazirliyi tərəfindən müəyyən olunur. Dərsləklər üçün *Məktəb*, *Helvetica* və *Times* qar-

niturlarından istifadə edilir. Ölçülər siniflərdən asılı olaraq 11 pt-dən 48 pt-yə ("Əlifba" kitabı üçün) qədər intervalda ola bilər.

Dekorativ və əlyazma şrift növlərindən əsasən uşaq kitablarının və bir sıra bədii nəşrlərin başlıq və sərlövhələrinin tərtibatı üçün istifadə olunur. Lakin istənilən halda bu şriftlərin oxunaqlığına diqqət yetirmək lazımdır.

Mürəkkəb quruluşlu mətnlərdə - sərlövhələr, başlıqlar, yarım-başlıqlar, şəkilmə sözlər, mətn blokunun kənarına çıxarışlar və s. çox olduqda - müxtəlif üslublu şriftlərdən (bir və ya bir neçə qarniturun müxtəlif üslublarından) istifadə olunur. Belə hallarda təkrar olunan eyni tipli elementlərdə həmişə eyni şrift üslublarından istifadə etməyə çalışmaq lazımdır ki, oxucu üçün materialı qavramaq asanlaşsın. Müasir kompüter texnologiyası və proqram təminatları bu prosesi avtomatlaşdırmağa imkan verir. Belə ki, hər bir elementin şrift üslubu seçilərək kompüterin yaddaşına verilir. Burada yalnız şriftin qarnituru, ölçüsü, qalınlığı, mailliyi deyil, həmçinin həmin elementin özündən əvvəlki, sonrakı, sağında və ya solunda yerləşən əsas mətnlə və ya başqa elementlərlə ara məsafələri də proqramlaşdırılır. Dizaynerlərin dilində buna "üslub vermək" deyilir.

Titul elementlərinin tərtibatı

Avantitul, frontispis, titul və şmüstitul titul elementlərinə daxildir.

Avantitul - kitabın baş səhifəsi. Tituldan və frontispisdən əvvəldə yerləşir. Titul vərəqinin müxtəlif elementləri - nəşriyyatın adı, seriyanın adı və yaxud epigraf yerləşdirilir, bəzək elementləri istisna olunmur.

Frontispis - titul vərəqindən əvvəldə (onun sol tərəfində) yerləşən illüstrasiya xarakterli element. Kitabın mahiyyətini obrazlı şəkildə ifadə edir. Burada müəllifin şəkli də ola bilər. Frontispis vərəqi ayrıca yüksək keyfiyyətli kağızda çap edilib bloka yapışdırıla da bilər. Əgər frontispis nəşrin səhifəsi ilə birgə çap edilərsə, bu halda o, ümumi səhifələnməyə daxil edilir. Onun arxa tərəfi boş olur və yaxud burada avantitulun elementləri yerləşdirilir.

Titul - kitabda ilk səhifədir. Əsasən bibliografik göstəricilər, müəllifin soyadı, nəşriyyatın adı, nəşrin adı və nəşr ili göstərilir. Bundan başqa nəşrin janrı, epigraf, ithaf, hər hansı uyğun illüstra-

tiv material və bəzək elementləri də titul vərəqəsində yerləşdirilə bilər. Titul bir və ikitərəfli ola bilər. Birtərəfli titul nəşrin birinci səhifəsini, ikitərəfli titul 2-ci və 3-cü səhifəni əhatə edir. Adətən çoxcildlik nəşrlərdə bu üsul məqsədəuyğundur. Tərcümə nəşrlərində də anoloji sxemdən istifadə olunur. Bəzi hallarda titul elementləri yarımbaşlıq şəklində verilir, yəni mətn tituldan sonra başlayır.

Şmustitul (fəsillərin titulu) - kitabda bölmələrdən əvvəl istifadə olunur, həmin bölmə və yaxud hissənin adını daşıyır. Şmustitul səhifələrinin tərtibatında bəzək və illüstrativ elementlərdən istifadə olunur.

Başlıq - əgər kitab bölmələrə, hissələrə ayrılırsa, ondan istifadəni asanlaşdırmaq üçün tərtibatçının ideyası ilə həmin fəslə (hissəni), bölməni yeni səhifədən başlamaq olar. Adətən belə səhifələrdə mətn bir qədər aşağıdan başlayır, yuxarı hissədə bölmənin (hissənin) adı, bəzək elementləri, illüstrasiya fraqmentləri yerləşdirilir. Belə səhifələrdə başlıq və sonluq elementləri bir-birini tamamlamalı, ahəngdar olmalıdır. Elementlər tam rəngli və bir rəngdə ola bilər.

İllüstrativ (əyani) materiallar

İllüstrativ hissəyə nəşrin tərtibatı üçün istifadə edilən bütün elementlər daxildir. Buraya başlıqlar, yarımbaşlıqlar, sonluqlar, cədvəllər, sxemlər, rəsm əsərləri, fotoşekillər, səhifə nömrələri daxil ola bilər.

Sifariş edilən illüstrasiyalar. Nəşrin mətnini hansı illüstrasiyaların müşayiət edəcəyini (tamamlayacağını) və onların hansı mövzuda olacağını müəlliflə redaktor müəyyən edir və bədii redaktoru bu haqda məlumatlandırır. Bu illüstrasiyaların kim tərəfindən və hansı şəkildə icra olunacağını və səhifələrdə necə yerləşdiriləcəyini isə artıq bədii redaktor özü təyin edir və müvafiq şəxslərə - rəsamlara, qrafiklərə, fotoqraflara müvafiq sifarişlər verir.

Bədii illüstrasiyalar incəsənətin azad qollarından biridir. Burada bədii redaktorun rolu məsləhət xarakterlidir. Bu məsləhət adətən təqdim olunan illüstrasiyanın fiziki ölçüsü ilə bağlı olur. Yaxşı olar ki, bu ölçü nəşriyyatda istifadə olunan skanerin ölçüsünə uyğun gəlsin və ya ondan kiçik olsun. Bundan başqa bədii redaktor rəs-

samı və ya fotoqrafı nəşrin mövzusu, nəzərdə tutulan oxucu auditoriyası (xüsusilə onun yaşı xüsusiyyətləri) və illüstrasiyanın aid olduğu müvafiq mətnlə tanış etməli, onun vəzifəsini dəqiq başa salmalıdır.

İllüstrativ materialın redaksiyaya daxil olduğu andan isə dizaynerin fəaliyyəti başlayır.

Müəllif tərəfindən verilən əyani materiallar

Nəşr üçün əyani materialı müəllif, yaxud redaktor təqdim edir. Bəzi hallarda nəşrin redaktoru bədii redaktorla birlikdə nəzərdə tutulmuş əyani materialların toplanmasını təşkil edir. Elmi, texniki, elmi-kütləvi nəşrlər üçün təqdim olunmuş əyani materiallar adətən nəşriyyatda yenidən işlənməli olur. Bunlar karandaşla çəkilmiş cizma-qaralar, müxtəlif kitab və jurnallardan kəsilmiş şəkillərdir. Onların nəşr üçün yararlı hala salınması işi bədii redaktor tərəfindən təşkil olunmalıdır.

Adətən müəllifin təqdim etdiyi əyani materiallar - qaralama şəklində sxemlər, cədvəllər kompüterdə yenidən yaradılmalı olur. Lakin dizaynerin işini çətinləşdirməmək üçün bu materiallarda miqyas gözlənilməli, mətn və ştrixlər aydın və dəqiq olmalıdır. Buna görə də bədii redaktor müəllifdən əyani materialı qəbul edərkən onu diqqətlə nəzərdən keçirməli, anlaşılmayan yerləri onunla aydınlaşdırmalı, lazım gəldikdə yenidən işləmək üçün geri qaytarmalıdır.

İllüstrativ materiallar qəbul edilərkən ilkin şərt onların ardıcılıq nömrəsi, şəkildə sözlərin həmin nömrələrə uyğun yığılması, hansı bölməyə aidiyyəti haqqında qeydlərin olmasıdır. Bu şərtləri nəşrin redaktorunun da bilməsi zəruridir. İşlənilmiş əyani material dizayn mərhələsində müəllif, yaxud redaktorla razılaşdırıldıqdan sonra nəşr layihəsi çapa hazır vəziyyətə salınır. İllüstrativ material mətnlə birgə səhifələnersə, onun mətnə aid olduğu yerdə qoyulduğuna əmin olmaq lazımdır.

Müəllifin təqdim etdiyi hər bir illüstrasiyanın arxasında aşağıdakı göstəricilər olmalıdır:

1. *Nəşriyyatın adı.*
2. *Müəllifin adı.*
3. *Nəşrin adı.*
4. *İllüstrasiyanın nömrəsi.*

Bütün bunlar nəşriyyatdaxili protokolda öz əksini tapmalıdır.

Əyani materialların çox olduğu nəşrlərdə dizayndan sonra redaktə işləri yolverilməzdir, çünki bu materiallar çox zaman başqa proqramda işlənib hazırlanır və səhifələmə proqramına idxal (import) edilib yerinə qoyulur. Belə olan halda mətnin yerdəyişməsi (sürüşməsi) əyani materialın onu izləməsinə gətirib çıxarmır. Bədii redaktor müəllifi və redaktoru (əgər o, təcrübəsiz olarsa) bu haqda xəbərdar etməlidir.

İllüstrativ materialların kompüterdə işlənib hazırlanması

İllüstrativ material skaner vasitəsilə kompüterin yaddaşına köçürülür, *FotoShop*, yaxud *FotoPaint* proqramında "təmizlənir" və çap üçün yararlı hala gətirilir. Qeyd etmək lazımdır ki, rəngli illüstrativ material çap üçün *CMYK* rejimində, 200-300 dpi ilə hazırlanmalıdır. Bir rəngli illüstrativ materiallar isə *ağ-qara* (crayscale) rejimində 150-300 dpi ilə çapa hazırlana bilər.

DPI (dots per inch) - bir düymdəki nöqtələrin sayını ifadə edir. Kompüter sistemində təsviri material kiçikik ağ və qara, yaxud rəngli piksellərdən (*pixel* - picture, element) ibarətdir. Kompüter sistemində həmin piksellərin 1 düym ölçüdə neçəsinin yerləşməsi isə onun keyfiyyətinin göstəricilərindəndir.

FotoShop proqramı illüstrasiyaların üzərində işləmək üçün ideal qrafik proqramdır. Həm sürəti, həm də qrafik imkanları onu analogi proqramlardan fərqləndirir. Bu proqram həm "Makintoş", həm də PC sistemli kompüterlər üçün nəzərdə tutulub.

Ümumiyyətlə son zamanlar "Makintoş" və PC sistemləri bir-birlərinə uyğunlaşdıqları üçün *AdobeFotoShop*, *Adobellustrator*, *Adobe PageMaker*, *Makromedia FreeHand*, *Corel DRAW*, *Quark XPress* proqramları hər iki sistemdə işləyə bilər. Ölkəmizdə daha populyar proqramlar - bədii tərtibat üçün *Corel DRAW*, səhifələmə üçün isə *Quark XPress*-dir. Bu proqramların üstün cəhətləri onların interfeyslərinin aydın, sadə və daha anlaşılıqlı olmasıdır. *Quark XPress* proqramında çapa qədərki mərhələni hazırlayarkən səhifələrdə yerləşdirilən illüstrativ materialların əsli *TIF* (*CMYK* və ya *crayscale* rejimində) formatında əlavə fayl kimi kompüterin yaddaşına köçürülməlidir. Bu müasir texnologiyanın xüsusiyyətlərini kompüter arxasında oturan hər bir kəs bilməlidir. *Corel DRAW*

proqramı üçün bu, vacib deyil. Bu proqram üz qabığının, ümumiyyətlə eskizlərin hazırlanması və onların çapa hazır vəziyyətə gətirilməsi üçün istifadə olunur. *Nəşriyyat-kompüter sistemləri və texnologiyaları haqqda bu kitabın 8-ci fəslində daha geniş məlumat verilir (red.).*

Üzlüyün və forzasın bədii-texniki tərtibatı

Tərtibat layihəsində qalın cildə, yumşaq üzlükdə və ya süperüzlüklə nəşr olunacaq kitablar nəzərdə tutula bilər. İstənilən halda kitabın üzlüyünə məsuliyyətlə yanaşmaq lazımdır, çünki həm estetik, həm də marketing baxımından onun əhəmiyyəti daha böyükdür. Bəzi kitablarda üzlüyün istehsalı bütün kitab blokunun istehsalından baha başa gəlir.

Cildləmə növlərinin öz nömrələri var. Bədii redaktorun və cildin tərtibatını verən dizaynerin bütün cild növləri və onların hazırlanma texnologiyası haqqında geniş məlumatı olmalıdır. Onlardan bəzilərinə nəzər salaq.

5 №-li cild. Cildin tərəfləri bərk hissələrdən ibarətdir. Karton tərəflər kötük hissə ilə digər bir materialla (çox zaman parça ilə) birləşdirilir və çap olunmuş kağız materialla örtülür. Müxtəlif materialların kombinasiyalarından istifadə etmək olar. Cildin üzü kağızla örtülərsə, ona lak, yaxud sellofan (laminasiya) örtük üsulu tətbiq oluna bilər.

7 №-li cild. Onun da karton əsası var, lakin bütöv materialla örtülür. Örtük müxtəlif çeşidli materiallardan ola bilər. Məsələn: sintetik tərkibli kağız, parça.

Superüzlük - kağız, sellofan plyonka və başqa materiallardan hazırlanır və estetik təsiri gücləndirməklə yanaşı kitabı çirklənməkdən qorumaq funksiyasını da daşıyır. Superüzlükdə təsviri elementlər, kitabın adı və s. informativ elementlər yerləşdirilir. Superüzlük iki tərəfdən - üz və arxa tərəfdən, qatlanan hissələrdən (qapaqlar) və kötükdən ibarətdir. Superüzlüyün təsvir sahəsi 5 və 7 nömrəli cildlərdə kartonların ölçüsü ilə eynidir. Superüzlüyün kötük hissəsi kitabın kötüyünün qalınlığına bərabərdir. Qapaqların eni kitablının ölçüsündən və tərtibat ideyasından asılı olaraq müxtəlif ola bilər.

Blokun cildə bitməsi üçün forzasdan istifadə olunur. Kitabın

səhifələri ilə müqayisədə forzas daha qalın kağız materialdan hazırlanır. Ağ, tona salınmış halda ola bilər, hər hansı bir təsvirin verilməsi istisna olunmur. Cildin ölçüsünə nisbətən 3-5 mm kiçikdir.

Tərtibat işində tez-tez rast gəlinən xətlər

“Yetim” sətirlər. Bəzən abzasın yalnız bir - son sətiri digər səhifəyə keçir və orada yalnız görünərək səhifənin tərtibatına xələf gətirir. Bu cür sətirlərə “yetim” sətirlər deyirlər. Onlardan xilas olmağın iki yolu var: ya özündən əvvəlki mətnin sətirlərarası məsafəni (interliniyajı) nəzərəçarpmayacaq dərəcədə artırmaqla “yetimə bacı-qardaş tapmaq”, ya da sətirlərarası məsafəni azaltmaqla onu öz “ailəsinə” qaytarmaq.

“Dul” sətirlər. “Yetim” sətirin əksinə olaraq, abzasın birinci sətiri özündən sonra gələn sətirlərdən ayrılaraq səhifənin aşağısında tək qalır. Burada da sətirlərarası məsafə ilə “oynamaqla” vəziyyəti düzəltmək olar.

“Bədənsiz” başlıqlar. Bəzən başlıq və ya yarımbaşlıq aid olduğu mətndən ayrılaraq səhifənin aşağısında yalnız qalır. Əgər “yetim” və “dul” sətirlərə birtəhər dözmək olarsa, “bədənsiz” başlıqlar tərtibat işində yolverilməzdir və kobud xəta sayılır.

“Hava çatışmazlığı”. Mətnlər səhifədə “nəfəs almalıdırlar”. Buna görə də hər bir mətn blokunun kənarında boş (ağ) sahə buraxılmalıdır. Qrafik təsvirlərlə mətn bloku arasında və mətn bloklarının öz aralarındakı məsafə minimum 5 mm olmalıdır. Ümumiyyətlə, mətnin ətrafında nə qədər böyük boşluq varsa, həmin mətn bir o qədər asan qavranılır. Başlıqlara daha çox “hava” gərəkdir, çünki daha tez nəzərə çarpmalıdır, buna görə də onlara tez seçilən şrift üslubu verməklə yanaşı, özündən əvvəlki mətndən bir qədər çox, özündən sonrakı (aid olduğu) mətndən isə bir qədər az aralamaq lazımdır.

NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARTS FOR PUBLISHING

TƏRTİBATA HAZIRLIQ

Tövsiyələr:

- ☛ *nəşrin tərtibatına qoyulan tələbləri müəyyənləşdirmək üçün kifayət qədər informasiya toplayın, tərtibat üzrə qeydlərin xülasəsini hazırlayın;*
- ☛ *şirkətin marketing strategiyasında tərtibatın yerini və rolunu aydınlaşdırmağa çalışın;*
- ☛ *işin praktiki tərəfini və maliyyə imkanlarını dəqiqləşdirin;*
- ☛ *təklif etdiyiniz dizayn işinin dəyərini müəyyənləşdirin;*
- ☛ *tərtibata qoyulan tələblərin (açıqlamanın) iqtisadi cəhətdən məqsədəuyğunluğunu təmin edin;*
- ☛ *tərtibata dair açıqlamanın hansı maddələrinin variantiv olduğunu müəyyənləşdirin; fərqli versiyaların dəyərini qiymətləndirin;*
- ☛ *tərtibata dair açıqlamanı anlaşıqlı şəkildə ifadə edin;*
- ☛ *tərtibatla bağlı konsepsiyanızı əməkdaşlarınıza elə formada təqdim edin ki, yekun nəticə haqqında aydın təsəvvür yaransın;*
- ☛ *tərtibat konsepsiyasının texniki tələblərini öyrənin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ *kitabın spesifikasiyası nədən ibarətdir və o, hansı oxucu auditoriyası üçün nəzərdə tutulub;*
- ↳ *kitab nə məqsədlə istifadə olunacaq: arayış, yoxsa davamlı oxu üçün - tərtibatda bu öz əksini necə tapacaq;*
- ↳ *təklif olunan tərtibat nəzərdə tutulan oxucu kontingenti üçün məqsədəuyğundurmu: mətn və illüstrasiyalar ahəngdardırımı; şrift ölçüləri və mətnin səhifələrdə yerləşdirilməsi optimaldırımı; seçdiyiniz dizayn üslubu hansı məqsədlərə xidmət edir;*

- ↳ kitabın məzmun, ovqat və informasiyasını tərtibatda necə əks etdirməli;
- ↳ istehsal prosesi və onun imkanları; standart kitab formatları; müvafiq kağız növləri; iqtisadi cəhətdən optimal səhifə ölçüləri;
- ↳ yığım və çap avadanlığı - imkan və məhdudiyyətlər; işin icrası üçün hansı dəzgah və kompüterlərdən istifadə olunmalıdır;
- ↳ büdcənin, oxucu auditoriyasının, müqavilə anlaşmalarının qoyduğu məhdudiyyətlər;
- ↳ nəşr müddəti və qrafikin tələbləri.
- ↳ ödəniləcək xidmətlərin dəyəri: sifarişlə çəkilən illüstrasiyalar, maket üçün materiallar;
- ↳ qrafik təsvirlərin verilmə texnikası;
- ↳ satışda olan oxşar kitablar və sizin tərtibatınızın onlardan fərqi.

BƏDİİ TƏRTİBAT ÜÇÜN SPESİFİKASIYA

Tövsiyələr:

- ☛ nəşrin şrift spesifikasiyasını tərtib edin; bu spesifikasiya son dərəcə təfərrüatlı, dəqiq və anlaşılıqlı olmalı, bütün dizayn elementləri üzrə təlimatları ehtiva etməlidir;
- ☛ spesifikasiyanın ümumi məqsədə və nəzərdə tutulmuş oxucu kontingentinə uyğun gəldiyinə əmin olun;
- ☛ mətn və illüstrasiyaların ahəngdarlığına, biri-birini tamamlamasına diqqət yetirin;
- ☛ spesifikasiyanın texniki tələblərə və imkanlara uyğun tərtib edildiyinə əmin olun;
- ☛ tələb edilən nəticələrə nail olmaq üçün redaksiya ilə və istehsalat mütəxəssisləri ilə sıx əməkdaşlıqda işləyin.

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ kitabın formatı, optimal şrift seçimi; illüstrasiyalarla iş; kağız növləri və s.;

- ↳ mətn müəllif tərəfindən disketdə təqdim olunacaq, yoxsa şirkətin kompüterlərində yığılacaq;
- ↳ yığım və sınaq çapı üçün şirkətinizin texniki imkanları, kənar mətbəələrin təklif etdiyi sistemlər və onların üstünlükləri;
- ↳ redaktə tələblərini necə əks etdirməli: başlıqlar, sitatlar, qeydlər, yarımbaşlıqlar, səhifə nömrələri və digər göstəricilər;
- ↳ həcmə bağlı məhdudiyətlər, spesifik tələblər və onların həlli;
- ↳ büdcə, nəşrin növü, oxucu kontingenti və müqavilə anlaşmaları ilə bağlı məhdudiyətlər;
- ↳ illüstrasiyaların istehsal texnikası: rastr, berrəngli, ikirəngli və dödrəngli çap prosesləri;
- ↳ şəkillərə miqyas verilməsi və kəsilməsi (kadra salınması) texnikası - bunlar nəşrin qiymətinə necə təsir edə bilər;
- ↳ sınaq çapı texnikası, sınaq çapının üstünlüyü, qiyməti, iqtisadi səmərəliyi;
- ↳ istehsal prosesindəki maneələr: böyük ölçülü incəsənət əsəri, çətin əldə edilən fotoşəkil orijinaları və s.

TEXNİKİ TƏRTİBAT ÜÇÜN SPESİFİKASIYA

Tövsiyələr:

- ↳ kitabın tərtibat spesifikasiyasının hər bir hissəsinə (cild, forzas, iç səhifələr) uyğun gələn material seçin;
- ↳ tərtibat spesifikasiyasına müvafiq olaraq nəşrin son nəticədə necə olacağını nəzərə alın, ona uyğun rəng, cild və digər materiallar tövsiyə edin;
- ↳ spesifikasiyanın texniki imkanlara və büdcə imkanlarına uyğun tərtib edildiyinə əmin olun;
- ↳ cildin tərtibat spesifikasiyasını hazırlayarkən iqtisadi səmərəliyi nəzərə alın.

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ muzdlu işləyən mütəxəssislərin əlverişliyi və uyğunluğu,

- ↳ *cild üçün material və kağız növləri;*
- ↳ *istədiyiniz materialları əldə etmək imkanları;*
- ↳ *seçdiyiniz materialların qiymətinin ümumi büdcəyə təsiri;*
- ↳ *büdcə, nəşrin növü, oxucu kontingenti və müqavilə ilə bağlı məhdudiyətlər;*
- ↳ *anbarda olan kağızın növləri və ölçüləri, cild materiallarının çeşidi;*
- ↳ *çap və cilidləmə prosesinə aid materiallar və onların qiymətləri;*
- ↳ *cildləmə texnologiyaları, cild növləri və onların xüsusiyyətləri.*

TƏRTİBAT İŞİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Tövsiyələr:

- ☛ *tərtibat işi üçün ayrılmış vaxt və qonorar şərtlərini dəqiq müəyyən edin;*
- ☛ *nəşrin maketini hazırlamaq üçün lazım olan materialların siyahısını tutun;*
- ☛ *muzdlu görülən işin əlverişli olmasını göstərən istehsalat cədvəli tərtib edin;*
- ☛ *muzdlu xidmətlərin vaxt və qiymətinə diqqət yetirin;*
- ☛ *muzdlu işçilərin gördükləri işə nəzarət edin;*
- ☛ *əmin olun ki, təklif olunan spesifikasiya büdcənin imkanına uyğundur;*
- ☛ *tərtibat prosesində yol veriləcək birbaşa və əlavə xərclər haqqında müvafiq əməkdaşlara məlumat verin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ *tərtibat qiymətlərinə şirkətinizin münasibəti;*
- ↳ *muzdlu tərtibat xidməti və rəssam işləri üçün cari qiymətlər;*
- ↳ *ayrı-ayrı başlıqlar və dizayn elementləri üçün tərtibat işinin qiyməti;*
- ↳ *şirkətinizdə fakturaların tərtibat qaydaları.*

MUZDLA GÖRÜLƏN İŞLƏRİN MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ

Tövsiyələr:

- ☛ *tələb olunan iş üçün şirkətdə müvafiq kadrlar yoxdursa, muzzdlu mütəxəssislər seçin;*
- ☛ *muzzdlu iş görənlərə işin tələblərini izah edin.*
- ☛ *muzzdlu görülecək işlər üçün əvvəlcədən razılaşıdırılmış cədvəliniz olmalıdır, bu cədvəldə nəşriyyat tələbləri də öz əksini tapmalıdır;*
- ☛ *əmin olun ki, muzzdlu görülmə iş üçün ödənilən qonorar əvvəlcədən razılaşıdırılmış məbləğə uyğundur, bütçənin imkanı daxilindədir, artıq xərcə yol verilməmişdir;*
- ☛ *muzzdlu görülmə işin spesifikasiyaya uyğun olub-olmadığını yoxlayın.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ♣ *muzzdlu işləyən mütəxəssislərin əlverişliyi və uyğunluğu, onların peşəkarlıq səviyyəsi, nəşriyyat işinin spesifikasiyası barədə bilikləri, üstün və zəif cəhətləri;*
- ♣ *muzzdlu görülmə işdə sahiblik, veriləcək hüquqlar və sairə bağlı müqavilə məsələləri;*
- ♣ *istehsalat cədvəlinin tərtibi qaydaları;*
- ♣ *bütçə imkanları;*
- ♣ *şirkət daxilində muzzdlu işlərin görülmə şərtləri;*
- ♣ *muzzdlu görülmə tərtibat işi kitab nəşrinin sonrakı mərhələlərində hansı çətinliklər törədə bilər;*
- ♣ *irqi, yaxud cinsi stereotiplərlə, yaxud mədəniyyət təəssübkeşliyi ilə bağlı spesifikasiq tələblər;*
- ♣ *muzzdlu görülmə işlərin vaxtına və qiymətinə necə nəzarət etməli;*
- ♣ *düzəlişə, yenidən işlənməyə verilmiş işi necə yoxlamalı.*

TƏRTİBAT İŞİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ

Tövsiyələr:

- ☛ *çalışın ki, kitabınız müvafiq estetik və praktik meyarlara cavab versin;*
- ☛ *mətn və vizual elementlərin səhifədə ahəngdarlığına nail olmaq üçün müəllif, rəssam və dizaynerlərin işbirliyini yaradın;*
- ☛ *kitabın ümumi tərtibatını pozmammaq üçün mətndə dəyişikliklər edin və onu müəlliflə razılaşdırın;*
- ☛ *illüstrasiyaların ölçü və kəsilmə xətlərini dəqiq işarə edin;*
- ☛ *məzmun, həcm, texniki və estetik amillər arasında tarazlığı gözləyin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ☛ *kitabın spesifikasiyası: format, kəsilmə ölçüləri, çap sahəsinin kəsilmə xəttindən kənara çıxması halları, səhifələrin sayı, rənglərin sayı;*
- ☛ *mətn və illüstrasiya arasında tələb olunan uyğunluq (obraz, cədvəl, göstəricilər);*
- ☛ *illüstrasiyalara miqyas verilməsi və onların kəsilməsi üsulları;*
- ☛ *istifadə olunacaq çap və cildləmə üsulları;*
- ☛ *kitabın ünvanlandığı bazar və oxucu auditoriyası;*
- ☛ *kitabın tərtibatı ilə bağlı müqavilə öhdəlikləri;*
- ☛ *avadanlıq və kompüterlərin istismarı texnologiyası;*
- ☛ *reproduksiya texnikası və rəng çalarlarından istifadə edilməsi.*

DÜZƏLİŞLƏRİN KEYFİYYƏTİNƏ NƏZARƏT

Tövsiyələr:

- ☛ *tərtibata dair göstərişlərin düzgün yerinə yetirildiyini yoxlayın; illüstrasiyalar düzmü kəsilib, mətnin spesifikasiyasına riayət olunubmu;*
- ☛ *rəngli və ağ-qara illüstrasiyaları aydın göstərin;*

- ☛ qiymət və vaxt imkanlarını nəzərə alın;
- ☛ reproduksiya texnikası və çap maşınlarının texniki imkanları daxilində işləyin.

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ kitabın ümumi spesifikasiyası: format, kəsmə ölçüləri, rəng uyğunluğu, işlətmək üçün lazım olan digər materiallar;
- ↳ mətn və rənglərin korrekturası üçün istifadə olunan rəmzi işarələr;
- ↳ reproduksiya üçün texniki məhdudiyyətlər;
- ↳ düzəlişlər üçün vaxt cədvəli, kitabın nəşri qrafikində təkrar düzəlişlər üçün vaxtın ayrılması;
- ↳ şirkətin hər hansı bir nəşr üçün müəyyən etdiyi keyfiyyət tələbləri.

İSTEHSALAT

Nəşriyyatlarda kompüter texnologiyasının geniş tətbiqi kitab nəşrində "istehsalat" anlayışına ciddi dəyişikliklər gətirmişdir. Bu dəyişikliklər əvvəllər mətbəədə icra olunan bir sıra funksiyaların indi nəşriyyatın səlahiyyətinə keçməsi ilə bağlıdır. Belə ki, əgər on-on beş il əvvəl bədii-texniki tərtibat nəşriyyat tərəfindən verilir, lakin mətbəədə icra olunurdusa (yığım, səhifələmə, korrektura), indi bu proses bütövlükdə nəşriyyatın bədii-texniki tərtibat şöbəsində həyata keçirilir və mətbəəyə kitabın maketi və pilyonkalar, yaxud kitabın maketi və disket, ya da disk göndərilir. Buna görə də bu gün "kitab istehsalı" dedikdə daha çox nəşriyyat tərəfindən hazırlanmış "qəlib" əsasında kitabın mətbəə (poliqrafiya) üsulu ilə çoxaldılması (tirajlanması) nəzərdə tutulur ki, bu özü də çoxmərhləli və mürəkkəb prosesdir.

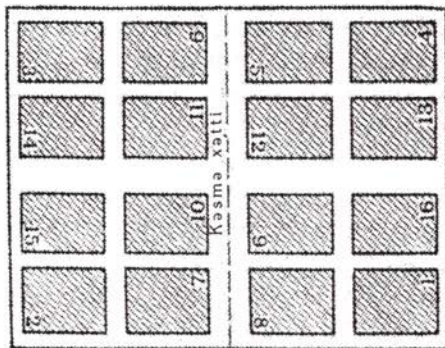
Əlbəttə, bütün bunlar kitabın bədii redaktorunun və ya nəşriyyatın istehsalat şöbəsinin əməkdaşının mətbəə-istehsalat prosesində iştirakını istisna etmir, çünki nəşriyyatla mətbəə sifarişçi-icraçı münasibətlərinə girir və istehsal prosesinin hər bir mərhələsinə sifarişçinin səlahiyyətli nümayəndəsi nəzarət etməli və öz təshihlərini verməlidir.

Bundan əlavə, kitabın bədii-texniki redaktorunun istehsalat prosesi, burada istifadə olunacaq materiallar, çap və cildləmə avadanlığı haqqında geniş təsəvvür olmalıdır. O, mətbəələrin texniki imkanları, iş keyfiyyətləri, qiymətləri barədə kifayət qədər məlumat toplamalı, kitaba tərtibat verərkən bütün bu məqamları nəzərə almalıdır. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan şəraitində mürəkkəb poliqrafik icra tələb edən kitabın istehsalı bəzən iki və ya daha çox mətbəədə həyata keçirilir.

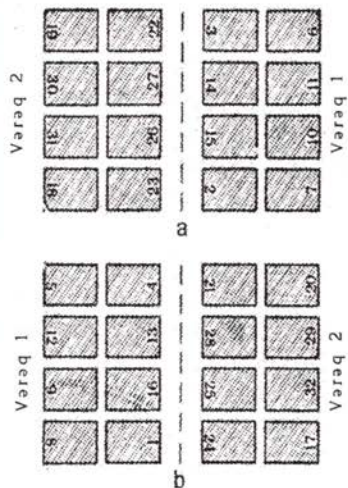
Kitab səhifələrinin montajı

“Tərtibat (dizayn)” bölməsində deyildiyi kimi, kitabın səhifəsi çap olunan vərəqin 1/4, 1/8, 1/16, 1/32 və s. hissəsini təşkil edə bilər. Buna görə də kitab səhifələrini çap vərəqlərinin ölçüsü daxilində elə nizamlamaq lazım gəlir ki, çap, kəsmə, qatlama, dəstləmə proseslərindən sonra alınmış dəftərlər blokunun səhifələri ardıcıl nömrələnməyə uyğun gəlsin. “Montaj” adlanan bu əməliyyat çapa qədərki hazırlığın son mərhələsidir. Mətbəələrle zəngin iş təcrübəsi olan nəşriyyatlar bu əməliyyatı özləri yerinə yetirirlər. Bu prosesin mətbəədəki istehsal texnologiyası ilə sıx əlaqəli olduğunu nəzərə alaraq onu mətbəənin kompüter şöbəsinin öhdəsinə buraxmaq daha məqsədəuyğundur. Lakin bu zaman səhifələnmiş kitabın elektron variantı ilə yanaşı səliqəli maketinin də təqdim olunması vacibdir.

Kitab səhifələrini montaj edərkən sonrakı texnoloji prosesin bütün mərhələlərinin xüsusiyyətləri nəzərə alınmalıdır:



Şəkil 1.1. Vərəqin hər iki üzünün eyni formadan çap olunması üçün nəzərdə tutulan montaj.



Şəkil 1.2. Vərəqin ikinci üzünün başqa formadan çap olunması üçün nəzərdə tutulan montaj.

Şəkil 1. 60x90 1/16 vərəqində kitab səhifələrinin montajının növləri.

• *Maketin: kitab, jurnal, qəzet, broşür, albom, buklet variantının seçimi. Səhifələrin yerləşdirilməsinin ardıcılıq qaydası hər variant üçün fərdi və fərqlidir.*

• *Nəşrin formatı, həcmi, çap vərəqində səhifələrin sayı.*

• *Nəşrin çapını yerinə yetirəcək çap maşınının və çap sxeminin təyin edilməsi. Vərəqin "texniki" məqsədlər üçün nəzərdə tutulmuş səthi çap maşınının tipindən asılıdır. Çap sxemi (1+0; 1+1; 4+4 və s.) lövhələrin çap təbəqələrində yerləşməsinə təyin edir.*

• *Dəftərin qatlama sxeminin seçimi. Bu seçimlə qatlama xətlərinin miqdar və qaydası müəyyən edilir: qarşılıqlı perpendikulyar, paralel, onların kombinasiyası, eləcə də "qarmonvari" qatlama.*

• *Blokların dəstlənmə üsulu. Səhifələrin montajı üst-üstə və iç-içə dəstlənmə sxemindən, dəftər şleyfinin sağ və ya solda olmasından asılıdır.*

• *Blokların tikilmə üsulu. Kitab və jurnalların kötüklərinin yonulması və yapışqan hopdurulması ilə yerinə yetirilən sapsız tikmədə əlavə kötük sahəsi saxlamaq lazımdır. İç-içə dəstlənmiş broşür və jurnalların məftillə tikişində vərəqlərin kənar sahələrinin genişlənməsi, tikişə "baxan" sahələrin isə kiçilməsi nəzərə alınmalıdır.*

• *Kəsilməni nəzərə almaqla sahələrin müəyyən olunması. Bu, xüsusilə illüstrasiyaların kəsilmə getdiyi kitablar üçün vacibdir.*

• *Texnoloji nişan qeydlərinin qoyulması. Bu qeydlər çap prosesinin düzgün gətməsi üçün vacibdir, ona görə də, çap vərəqinin qıraq sahələrində onların yerləşdirilməsi və çapı üçün əlavə yerlər nəzərdə tutmaq lazımdır.*

Kitab səhifələrinin elektron montajı nəşrin çapa hazırlanmasının ən məsuliyyətli texnoloji mərhələsini avtomatlaşdırmağa, istehsalat vaxtının azaldılmasına və məhsulun keyfiyyətini artırmağa imkan yaradır.

Elektron montaj zamanı çap vərəqinin kəsilmə gedən və ya tikiş altında qalan hissələrində çap prosesinin yoxlama şkalaları, kəsmə və bükmə, eləcə də dəstlənməni yoxlamaq üçün nişan qeydləri yerləşdirilir.

Kitab istehsalında istifadə olunan materiallar

Nəşr məhsulunun çoxaldılması (tirajlanması, istehsalı) prosesində əsas (bəzən yeganə) mərhələ olan çap prosesinin xüsusiyyətləri

yətlərini izah etmək üçün ilk növbədə burada istifadə olunan materiallardan danışmaq lazımdır. Sözsüz ki, nəşrin ehtiva etdiyi informasiya - mətn, illüstrasiya nəyinsə üstünə həkk olunmalıdır. Bunun üçün əsasən kağızdan istifadə olunur.

Kağız Çində eramızın ikinci əsrində (105-ci ildə) Tsay Lun tərəfindən ixtira edilmişdir. O vaxta qədər əlyazma kitabların yazılmasında əsasən dəridən (perqamentdən), taxtadan, ipəkdən və s. materiallardan istifadə edirdilər. Kağız ixtira olunduqdan sonra o, kitabların yaradılması üçün əsas xammal rolunu oynamağa başladı.

O dövrdən keçmiş yüzilliklər ərzində kağız emalında ciddi texnoloji dəyişikliklər baş vermişdir.

Kağız - əsasən, öz aralarında toxunmuş və səthi yapışma qüvvəsi hesabına birləşmiş bitki liflərindən ibarət nazik, vərəq şəkilli materialdır. Lifli materiallardan başqa kağızın tərkibinə aşqarlar, yapışdırıcı və boyaq maddələri də daxildir.

Aşqarlar - ağı mineral maddələrdir (kaolin, gips, tabaşir və s.), onların bitki lifləri arasındakı məsamələri qismən doldurmaları nəticəsində kağızın hamarlığı, plastikliyi, qeyri-şəffaflığı və ağılığı artır.

Yapışdırıcı maddələr - kağızın suhopdurma qabiliyyətini (hidrofilliyini) azaldır və liflər arasında əlaqəni artırır.

Boyaq maddələri - sarı-boz rəngdə olan liflərin rənglənməsi vasitəsi ilə kağızın ağılığını artıran üzvi boyaq maddələri (adətən göy rəngli).

Kağız, kartondan əsasən 1m^2 sahəyə düşən çəkisi və vərəqin qalınlığı ilə fərqlənir.

Kağız sənayesində 1m^2 çəkisi 30-40 qramdan 250-300 qrama qədər olan rulon və ya vərəq şəklində, qalınlığı 500 mikrondan (mkm) artıq olmayan kağız istehsal edilir. Karton vərəqinin çəkisi və qalınlığı bundan artıq olur.

Çap məhsulları, eləcə də çap növləri və avadanlıqları müxtəlif olduqlarından, kağız da geniş çeşiddə istehsal olunur. Kağız, hər şeydən əvvəl onu səciyyələndirən xüsusiyyətləri - göstəriciləri ilə fərqlənir:

1) *tərkib göstəriciləri (kağızın liflər üzrə faizlə tərkibi)* - kağızın və çap olunmuş məhsulun keyfiyyətini müəyyən edir;

2) *ölçü göstəriciləri* - a) kağızın qalınlığı (mkm); b) 1m^2 -in çəkisi (qr); c) sıxlığı ($q\text{-sm}^3$) - kağızın məsaməliliyi barədə fikir yürütməyə imkan verir; ç) kağızın ölçüsü - formatı (sm).

İstehsal olunmuş kağız rulon və vərəq dəsti formasında qablaşdırılır. Rulon formasında olan kağız, karton və yaxud taxtadan düzəldilmiş tağalağa sarınır və uzunluğu 7000 m-ə qədər olur. Vərəq şəklində olan kağızlar isə düzbucaqlı formada olur və müxtəlif saylı dəst halında yığılır. Rulon kağızın ölçüsündən danışırkən adətən rulonun eninin, vərəq dəstində isə vərəqin eninin və uzununun ölçüləri göstərilir;

3) mexaniki və texniki-çap xüsusiyyətləri - a) kağızın mexaniki təsirlərə qarşı (sındırılma, üzülmə, sürtülmə) möhkəmliyi; b) təsvirin kiçik elementlərini hər hansı dəqiqlik dərəcəsi ilə əks etdirməyə imkan verən hamarlığı; c) deformasiya xüsusiyyətləri; ç) kağızın rütubətə dözümlülüyü; d) kağızın hopdurma qabiliyyəti - çap boyasının hopma dərəcəsi;

4) optik xüsusiyyətlər - a) kağızın ağılığı (spektrin bütün görünən hissəsində işığın əks etdirilməsi); b) rəng və çalar; c) işıqkeçirmə dərəcəsi, şəffaflığı; ç) işığa qarşı dözümlülüyü (ağığının və çalalarının işıq təsiri altında sabitliyi).

Çap kağızı ümumi texniki tələblərə cavab verməlidir: boyaları yaxşı qəbul etməli, təsviri lazımi dəqiqliklə əks etdirməli, çap prosesində və hazır nəşrin istifadəsi ərzində kifayət qədər mexaniki möhkəmliyə malik olmalıdır.

Kağızdan istifadə etməyin əsas iqtisadi göstəricisi 1m^2 -in çəkisidir. Bu və ya digər çəkili kağızın seçilməsi bir neçə şərtlərlə müəyyən olunur: nəşrin xarakteri, istifadə müddəti, çap növü, oxucu kateqoriyası və s. Bütün hallarda nəşrin iqtisadi əlverişliyini və çap məhsuluna olan tələbləri ödəyən az çəkili kağızlardan istifadə etməyə çalışmaq lazımdır. Misal üçün, lüğətlər, məlumat kitabları, başqa kompakt nəşrlər və qəzetlər 1m^2 -in çəkisi - 40-50q; kitab-jurnal nəşrləri - 60-120q; bədii reproduksiyalar - 120-200q; bədii açıqçalar - 200-300q olan kağızlarda çap edilir.

Hər hansı nəşrin istehsalında çap kağızı təkcə müəyyən tirajın çapına deyil, həm də texniki məqsədlərə (sınaq və korrektura surlarının alınması, çap maşınının çapa hazırlanması) sərf edilir.

Kağızın texniki ehtiyaclar üçün məsrəfi nəşrin tirajından, onun rəngliliyindən, mürəkkəbliyindən, çap maşınının tipindən, cildləmə əməliyyatlarının yerinə yetirilmə zəruriyyətindən asılı olaraq normativlə müəyyən olunur və 1,0-10,0 və daha çox faiz təşkil edir.

Çap boyaları. Nəşrlərin keyfiyyəti xeyli dərəcədə çapda istifadə edilən çap boyalarının xüsusiyyətlərindən asılıdır. Bu xüsusiyyətləri əsas üç qrupda birləşdirmək olar:

a) optik xüsusiyyətlər: boyanın rəng tonu, parlaqlığı, təmizliyi, şəffaflığı və ya örtmə qabiliyyəti (boyanın, çap səthinin rəngini bağlaması), parıltılığı və şümallığı (boya qatının, üstünə düşən işıq şüalarını əks etdirmək qabiliyyəti);

b) texniki-çap xüsusiyyətləri: boyanın qatılığı (mexaniki gərginliyin təsirindən yaranan daxili sürtünmə); yapışqanlığı (boyanın adqezion-koqezion xassələr toplusu); boyanın tərkib-mexaniki (deformasiya) xassələri; basma üzərində boya qatının elastikliyi və bərkiməsi, plyonka qatının yaranma mexanizmi.

c) boyanın basmada davamlılığı: boya plyonkasının sürtülüb silinməyə qarşı möhkəmliyi, işığa, suya, kimyəvi təsirlərə və istiyə davamlılığı.

Optimal çap rejimini, çoxaldılan orijinalın qrafik, qradasiya və rəng dəqiqliyini, çap materialında möhkəm bərkiməyi təmin etmək üçün, çap boyaları qatılıq, yapışqanlıq, müəyyən rəng xüsusiyyətləri (qara boya yüksək qaralıq dərəcəli və bağlayıcı; rəngli boyalar isə şəffaf olmalıdırlar) kimi ümumi texnoloji tələblərə uyğun olmalıdırlar.

Çap vaxtı boyanın məsrəfi çapın növündən, kağızın ölçüsündən, tirajdan, nəşrin həcmindən və rəngliliyindən asılıdır. Tirajın çapı üçün lazım olan boyanın miqdarını

$$Q_b = v \cdot n \cdot t \cdot q$$

formulu ilə hesablamaq olar.

Q_b - boyanın miqdarı (kq);

v - nəşrin həcmi (fiziki çap vərəqi);

n - nəşrin rəngliliyi,

t - nəşrin tirajı (min nüsxə).

q - boya məsrəfinin (kq) 1000 rəng basması üçün müəyyən edilmiş normasını bildirir. Bu norma kağızın ölçüsündən, nəşrin xarakterindən, çapın və çap maşınının növündən, boyanın rəngindən asılıdır. Məsəl üçün, 60x90 sm ölçülü kağızın 1000 rəng basımına qara boyanın norması mətn üçün 0,065 kq, rəngli boyanın fon üçün norması 0,9 kq-a qədərdir.

Çap texnologiyaları

Çap, boya qatının çap formasından kağıza və ya digər çap materialına keçməsi ilə eyni təsvirlərin (basmaların) təkrar alınması prosesi olaraq poliqrafiya istehsalının tərkib hissəsidir.

Çap prosesinin əsas əlamətləri bunlardır: boyanın çap formasından çap materialına (qəbuledici səthə) keçirilməsi və onun üzərində bərkiməsi; basmaların təkrar alınması (tiraj) və onların eyniliyi.

Boyanın formadan çap materialına keçməsi əsasən təzyiqlik hesabına həyata keçirilir. Biz, çap üsulundan asılı olaraq öz əlamətləri olan, yalnız təzyiqlik hesabına baş verən çap proseslərini nəzərdən keçirəcəyik. Bununla belə, çap prosesinin yuxarıda göstərilən əlamətləri əsas çap üsullarının ümumi qanunauyğunluqlarıdır.

Çap forması və silindr formalı təzyiqlik səthinin köməyi ilə baş verən əsas çap üsullarında basmaların alınmasının sədələşdirilmiş sxemləri şəkil 2-də göstərilib (şxemlərdəki şərti işarələr eynidir).

Yüksək çapda basmanın alınması üçün (şəkil 2.1.) formanın (1) çap elementlərinə çap boyasının rəvan qatını (2) çəkmək, elastik dekel (4) (alm. *Deckel* - örtük) örtüyü ilə örtülmüş səthin (3) ani təzyiqlik altında kağızı (5) formaya yaxınlaşdırmaq lazımdır.

Dekel, öz elastik deformasiyası hesabına maşının çap qurğusunun, çap formasının (boyunun və ya qalınlığının) metrik yanlışlıqlarını, eləcə də kağız səthinin mikronahamarlıqlarını kompensasiya edir. Kağızın çap forması ilə təmas zonasında (şəkil 2.1, a) mürəkkəb fiziki-kimyəvi və fiziki hadisələr baş verir.

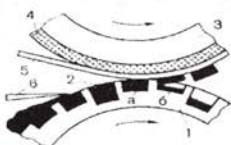
Boya kağız səthinə nəmləndirir, ona yapışır, kağızın bütün nahamarlıqlarını doldurur və qismən onun kapilyarlarına tıxanır. Bundan başqa, təzyiqlik altında kağız səthinin deformasiyası (hamarlanması) baş verir. Təzyiqlik dayandırıldıqdan sonra forma və kağız təmas zonasından çıxarılır və basma formadan ayrılır. Bu anda boya qatı (şəkil 2.1, b) təqribən iki hissəyə bölünür. Formanın üzərində qalmış hissəyə yeni porsiya əlavə edilir, kağıza keçmiş qat isə nəmlənmə və adgeziya hesabına qalır və nazik (2-3 mkm) plyonka şəklində bərkirir.

Şəkil 2.2. dərin çap üsulu ilə basmaların alınması prosesi haqqında təsviri anlayış verir. Bu çap üsulunun əsas xüsusiyyəti çap maşınının iş şəraitində duru boyanın bütün çap formasına yaxılma-

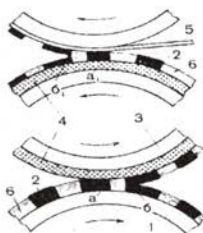
sı və sonra ara və qismən çap elementlərində rakellə (6) silinməsindən ibarətdir. Təsvirin tonallığından asılı olaraq boya qatının qalınlığı geniş hədd (0,5-30 mkm) çərçivəsində ola bilər.



Şəkil 2.1. Yüksək çapda basmanın alınma sxemi.



Şəkil 2.2. Dərin çapda basmanın alınma sxemi.



Şəkil 2.3. Yastı ofset çapında basmanın alınma sxemi.

Şəkil 2. Müxtəlif çap növlərində basmanın alınma sxemləri.

Yastı ofset çapı üsulu ilə basmaların alınması prosesi (şəkil 2.3.) prinsip etibarı ilə yüksək çap üsulunda baş verən proses əsasında qurulur, amma aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir: çap boyasından (2) öncə formaya (1) rütubətləndirici məhlul (6) çəkilir. Təzyiq vaxtı çap forması rezin parçalı təbəqə (4) ilə təmasa (şəkil 2.3, a) girərək boyanı və rütubətləndirici məhlulu ona ötürür. Öz növbəsində rezin parçalı təbəqə boya qatının və rütubətləndirici məhlulun bir hissəsini qəbul edən kağız (5) ilə təmas zonası (şəkil 2.3, a₁) yaradır.

Boyanın iki dəfəyə ötürülməsi hesabına basma üzərində təsviri yaradan çox nazik (0,8-1,5 mkm) boya qatı bərkidir.

Çapın təzyiqli, boyanın basmada bərkiməsi, təsvirin əks edilməsinin dəqiqliyi, çap formalarının tiraja davamlığı, sürət, poliqrafiya materiallarının və elektrik enerjisinin məsrəfi çap prosesində alınmış basmaların texnoloji, iqtisadi və keyfiyyət göstəricilərini təyin edən əsas amillərdir.

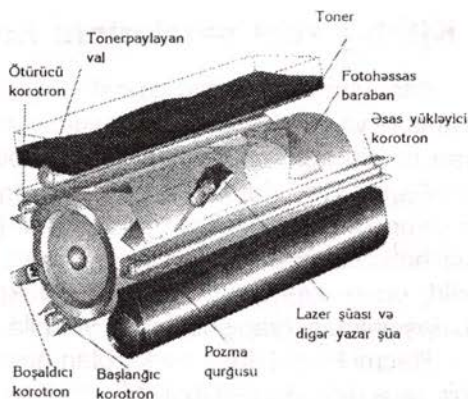
Nəzərdən keçirilən üç əsas çap üsulundan başqa elmi cəhətdən əsaslandırılmış təsnifata daxil olmayan xüsusi çap üsulları da mövcuddur. Bunlara çap boyasını özünə hopdurmuyan çap materiallarında (folqa, sellofan, polietilen və başqa sintetik plyonkalar)

çap edən klassik çap növlərini: fleksoqrafiya, fototip, trafaret, elektrostatik, şırnaqlı, iynəli, lazer və rəqəmli ofset çap növlərini aid etmək olar.

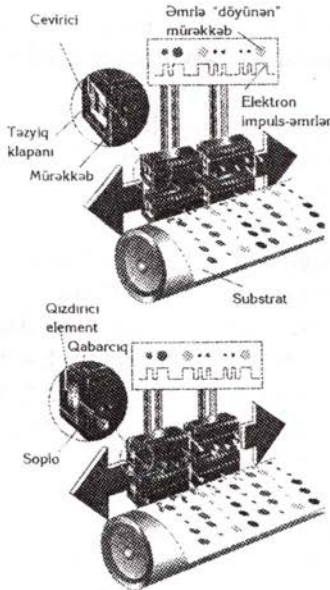
Poliqrafiya maşınqayırmasının son texniki nailiyyəti olan rəqəmli çap növü üzərində nisbətən geniş dayanmağa dəyər. Rəqəmli çap, prinsip etibarı ilə elektrofotoqrafik çapdır. Onun maye və quru kimi növləri vardır.

Elektrostatik yükü toplayan və düşdüüyü yerlərdə işığın təsiri altında yükü itirə bilən forma barabanı fotopolimer qatla örtülür. İlkin yüklənməni əsas yükləyici korotron (elektrik sahəsi yaradan yüksək gərginlikli məftil və ya val) təmin edir. Yazar şüanın baraban üzərində saldığı hər bir ləkə elektrik baxımdan neytral olur. Baraban fırlandıqda, onun səthinin artıq lazerlə emal edilmiş hissəsi tonerpaylayıcı bloka düşür, burada isə tonerin hissəcikləri lazerin köməyi ilə neytrallaşmış zonalara cəlb edilir. Baraban fırlanmaqda davam edir, ötürücü korotronun üstündəki kağızla rastlaşaraq onu yükləyir və tonerin hissəcikləri barabandan kağıza keçərək təsviri formalaşdırırlar. Bundan sonra baraban boşaldıcı lampaya tərəf çevrilir (adətən bu, işıq diodları xəttidir) və barabanın səthi "təmizlənir". Kağız isə onun yüklərini boşaldan boşaldıcı korotronun üstündən keçməklə öz hərəkətini davam etdirir. Tonerin bərkiməsi üçün kağız 200 dərəcəyə qədər qızdırılmış iki val arasından keçirilir və tonerin hissəcikləri əriyərək kağızın liflərinə yapışır. Rəngli təsvirin alınması iki yolla həyata keçirilir: 1) kağız barabandan dörd dəfə keçir və hər dəfə tonerin bir rəngi çap olunur; 2) kağız barabandan bir dəfə keçir və tonerdəki rənglərin dördü də eyni vaxtda kağıza köçürülür.

Quru ofset çapı da elektrofotoqrafiya prinsipinə əsaslanır. Təsvirin bu metodla ötürülməsinin "əcdad-



Şəkil 3. Elektrofotoqrafiya çap qurğusunun prinsipial sxemi.



Şəkil 4. "Tələblə damcı" şırnaqlı çap pyezo-texnologiyası (yuxarıda) və termal şırnaq texnologiyası (aşağıda).

"Tələblə damcı" prinsipləri əsasında həyata keçirilir.

di" kseroqrafiyadır (elektrofotografyanın növlərindən biri, "quru məktub"). Bu mənada Xerox şirkətini rəqəmli çap növünün baza texnologiyasının banisi kimi qəbul etmək olar.

Rəqəmli çap maşınları boş yerdə yox, adi lazer printerlərinin təkamülü nəticəsində meydana gəlmişlər.

Qeyd etmək lazımdır ki, elektrofotografiya şüalanma mənbəyinin məhz lazer olması vacib deyil: işığa həssas olan istənilən material hər hansı işığın təsirindən aşılınır.

Printerlərə əsaslanan şırnaqlı çap növü də son zamanlar elektrofotografiya ilə yanaşı vüsətlə inkişaf etməkdədir. Bu çap növü - rəqəmli çap olaraq davamlı şırnaqlı və "tələblə damcı" prinsipləri əsasında həyata keçirilir.

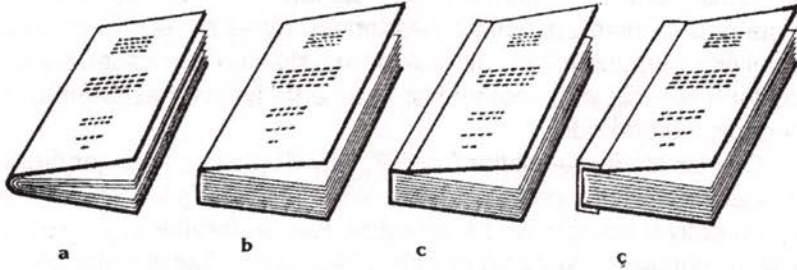
Kitab-jurnal nəşrlərinin konstruksiyaları

Kitab-jurnal nəşrinin konstruksiyası dedikdə, adətən blokun yumşaq və ya qalın cildlə birləşdirilməsi başa düşülür. Konkret olaraq nəşrin konstruksiyasının necə olacağını nəşriyyat əlyazmanı istehsalata hazırlama mərhələsində müəyyən edir.

Yumşaq cildlər (şəkil 5, a, b, c) bir (kağız, nazik karton və s.) və az hallarda üç hissədən ibarət olurlar (şəkil 5, ç). Axırını halda cild, onun ayrı-ayrı tərəflərinin kötürkə əlavə, üçüncü elementlə birləşdirilməsi (yapışdırılması) yolu ilə əmələ gəlir.

Həcmi 80 səhifəyə qədər olan nəşrlər bir və ya iç-içə qoyulmuş bir neçə dəftərlərdən ibarətdir, cild isə nəşrin tikilməsi zamanı blokla metal sancaqlarla birləşdirilir.

Daha çox həcmli nəşrlərdə bloklar, ardıcıl olaraq bir-birinin



Şəkil 5. Yumşaq cildli nəşrlərin konstruksiyalarının növləri.

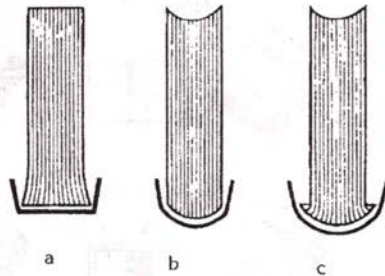
üstünə qoyulan dəftərlərdən dəstlənir. Bu halda yumşaq cild yalnız blokun kötüyünə (şəkil 6, a) və ya kötüyə və qismən blokun birinci və axırncı səhifələrinə yapışdırılır (şəkil 6, b, c).

Qalın cildlə buraxılan kitabların blokları adətən üstə-üstə dəstlənir və kötüyünün formasına görə (şəkil 6) fərqlənirlər.

Qalın cildlərdə konstruksiya, kötüyün forması (düz və ya girdələnmiş), haşiyənin olub-olmaması və künclərin düz və ya az hallarda dairəvi olmasından asılı olaraq fərqlənirlər. Konstruksiyasından asılı olaraq qalın cildlər sadə və mürəkkəb olurlar. Sadə cildlər (şəkil 7, növ 6) yumşaq cildlər kimi bütöv bir elementdən ibarət olub blokla kötük materialının qapaqları və forma hesabına birləşdirilir. Belə cildlərin hazırlanması sadə və nisbətən ucuz olur. Bu cür cildlərdən kiçik həcmli nəşrlərdə istifadə edilir.

Mürəkkəb qalın cildlər sadələrdən fərqli olaraq bütöv örtükdən və ya ayrı-ayrı hissələrdən ibarət olur.

Bütöv örtüklü cildlərdə (şəkil 7, növ 7) karton tərəflər (1) bir hissədən ibarət örtük materialı (2) ilə kağız və ya parça əsaslı materialla yapışdırılır. Cildin möhkəmliyini, əyilmə qabiliyyətini artırmaq və üstündə basma işləri aparmaq üçün kötüyünün iç tərəfinə qalın kağız və ya ehtiyat zolağı adlanan karton zolağı (3)



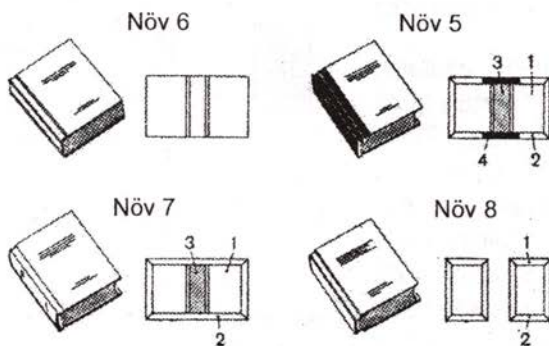
Şəkil 6. Kitab bloku kötüklerinin növləri düz (a); girdələnmiş (b); və geriye qanrılmış xətlə girdələnmiş (c), eləcə də de kötükde əlavə elementlərin (kaytal və s.) olub-olmaması ilə fərqlənirlər.

yaşıdır. Bütöv örtüklü cildlərin hazırlanması sadə və ucuz olduğundan, bunlardan abunə nəşrlərinin, ayrı-ayrı siyasi və bədii ədəbiyyat nümunələrinin, ali məktəb dərsliklərinin, incəsənətə aid nəşrlərin və kiçik yaşlı məktəblilər üçün ədəbiyyatın hazırlanmasında geniş istifadə edilir.

Hissələrdən ibarət cildlər (şəkil 7, növ 5) parça və ya qeryi-parça əsaslı materialdan olan kötöklə (4) birləşdirilmiş karton tərəflər (1) və ehtiyat zolağından (3) ibarətdir. Karton tərəflər digər materialla (o cümlədən kağızla) örtülür. Hissələrdən ibarət qalın cildlərin hazırlanması daha mürəkkəb olsa da, karton tərəflərin kağızla örtülməsi hesabına nisbətən ucuz başa gəldiyinə görə, bu üsuldan tədris, siyasi, bədii və başqa növ ədəbiyyatın hazırlanmasında geniş istifadə olunur. Tərəfləri parça ilə örtülmüş cildlər möhkəm və xarici görünüşü gözəl olsa da, hazırlanma texnologiyası mürəkkəbdir və baha başa gəlir. Buna görə də bu cür cildlərdən xüsusi - yubiley, hədiyyə və s. bu kimi nəşrlərin hazırlanmasında istifadə olunur.

Hissələrdən ibarət qalın cildlərin digər konstruksiyaları, az da olsa, tətbiq edilir. Bu cür cildlərə (şəkil 7, növ 8), örtük materialı (2) ilə örtülmüş əlavə tərəfləri, eləcə də plastik cildləri misal göstərmək olar.

Tərəflərin bərkliyinə görə qalın cildlər yumşaq, əyilən və sərt kimi təsnif olunur. Yumşaq cildlər karton tərəflərsiz, əyilən cildlərin



Şək. 7. Qalın cildli kitabların konstruksiyalarının əsas növləri.

tərəfləri yumşaq (əyilən) kartondan, sərt cildlərin tərəfləri isə möhkəm, sərt kartonlardan hazırlanır. Qalın cildlərin geniş çeşidli tərtibatına rəngi və səthinin fakturası ilə fərqlənən örtük materiallarından istifadə hesabına, eləcə də cildlərin üzərində təsvirlərin alınması üçün istifadə edilən müxtəlif üsullar vasitəsilə nail olunur.

Cild-broşürləmə proseslərinin ümumi sxemləri

Ktəb-jurnal nəşrləri (kitablar, broşürlər və jurnallar) - çap məhsulunun əsas növüdür. Əvvəlki bölmələrdə müxtəlif əlamətlərinə görə nəşrlərin səciyyəvləndirilməsini göstərmişdik.

Kitab-jurnal nəşrləri quruluşu, xarici tərtibat-poliqrafiya icrasının optimal texnologiya seçiminə görə aşağıdakı əlamətlər üzrə fərqlənirlər:

1. Nəşrin uçot-nəşriyyat, çap və kağız vərəqlərdə həcminə, bəzi hallarda isə səhifələrin sayına və blokun qalınlığına, habelə səhifələrin sayına görə (broşürlər - 48 səhifəyə qədər, kitablar - 48 səhifədən artıq).

2. Nəşrin, çap vərəqinin və paylarının ölçüsü ilə ifadə olunan formatına görə. Bütün nəşrlər şərti olaraq üç qrupa bölünür: kiçik - 70x90 1/128-dən 60x90 1/32-dək; orta - 60x108 1/32-dən 75x90 1/16-dək və böyük - 70x100 1/16-dən 84x108 1/8-dək.

3. Nəşrin min nüsxə ilə tirajı hesabına görə. 15 min nüsxəyə qədər tiraj - az, 50 min nüsxəyə qədər - orta, 200 min nüsxəyə qədər - böyük, ondan artıq isə - kütləvi tiraj sayılır.

4. Nəşrlər, xidmət (istifadə) müddətinə görə üç qrupa ayrılır: az xidmət müddətli (1-2 il); orta xidmət müddətli (6-8 il); uzun xidmət müddətli (10 ildən artıq).

Kitab-jurnal nəşrlərinin hazırlanması üçün onların çapından sonra hər nəşr növü üzrə müəyyən texnoloji əməliyyatlar kompleksi yerinə yetirilməlidir ki, onların da nəticəsində çap olunmuş vərəqlər kitab, broşür və jurnallara çevrilir.

Çap edilmiş vərəqlərin cildlənmiş nəşrlərə çevrilməsi və ya cildləmə üçün nəzərdə tutulan kitab bloklarının hazırlanması məqsədilə yerinə yetirilən əməliyyatlar toplusu broşürləmə prosesi adlandırılır. Bu əməliyyatlar kompleksinə aşağıdakılar aid edilir:

- dəftərlərin hazırlanması (çap edilmiş vərəqlərin emalı, hissələrə kəsilməsi, qatlanması, əlavə elementlərin yapışdırılması);
- dəstləmə (dəftərlərin müəyyən ardıcılıqla yığılıb blok halına salınması);
- blokların cildlərlə birləşdirilməsi və onların üç tərəfdən kəsilməsi.

Hazırlanmış kitab bloklarının emalı (onların kəsilməsi, kötüyün formasının dəyişdirilməsi və ona lazımı elementlərin yapışdırılması), cildlərin hazırlanması və emalı, eləcə də blokla birləşdirilməsindən ibarət əməliyyatlar toplusu cildləmə prosesləri adlanır.

Bu qayda ilə yumşaq cildli nəşrlərin hazırlanması üçün ancaq broşürləmə prosesləri, qalın cildli kitabların hazırlanması üçün isə broşürləmə və cildləmə prosesləri yerinə yetirilir.

Broşürləmə-cild prosesləri mürəkkəb və çoxşəxəlidir. Nəşrin xarici görünüşü, onların istismar və digər göstəriciləri (möhkəmlik, uzunömürlük və s.) bu proseslərin necə aparılmasından çox asılıdır.

NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS FOR PUBLISHING**İSTEHSALAT QRAFİKİ****Tövsiyələr:**

- ☛ *tələb olunan proseslərə müvafiq vaxt ayırmaqla tam və real istehsalat qrafiki tutun;*
- ☛ *qrafikə salınmış işlərin görülməsi üçün icraçılarla əlaqə yaradın;*
- ☛ *muzdlu işçilərin və nəşriyyat əməkdaşlarının qrafikə riayət etmələrini nəzarətdə saxlayın;*
- ☛ *qrafikdəki dəyişiklikləri icraçılara bildirin;*
- ☛ *icraçıların vaxtı mümkün qədər qabaqlaması üçün onlarla danışın;*
- ☛ *qrafikə əməl olunması üçün bütün zəruri işlərin görülməsini təmin edin.*

Zəruri bilik və vərdislər:

- ☛ *istehsalat prosesinin ayrı-ayrı mərhələlərinə və materialların keyfiyyətinə nəşriyyatın qoyduğu tələblər;*
- ☛ *tələb olunan bütün prosesləri yüksək keyfiyyətlə yerinə yetirmək üçün icraçılara lazım olan vaxt;*
- ☛ *qrafikdə gecikmələrin qarşısını necə almaq olar.*

SİFARIŞIN YERLƏŞDİRİLMƏSİ VƏ ONA NƏZARƏT**Tövsiyələr:**

- ☛ *tələb olunan bütün prosesləri aydın və dəqiq izah edin;*
- ☛ *əmin olun ki, hər şey spesifikasiyaya və təchizatçıların imkanına uyğundur;*
- ☛ *lazimi materialların alınması üçün sifariş verin;*
- ☛ *verdiyiniz sifarişə zəruri saydığınız şərt və qaydaları daxil edin;*

- ☛ nəşr prosesində, çapda, cildləmədə, eləcə də istifadə olunan materiallarda keyfiyyətin aşağı düşməsinə yol verməyin;
- ☛ keyfiyyət standartları pozulursa, təchizatçılarla danışın;
- ☛ əmin olun ki, nəzərdə tutduğunuz çap avadanlığı sizin kitabı çap etmək üçün ən münasibidir;
- ☛ çap avadanlığının harada və necə yerləşməsi barədə məlumat alın;
- ☛ əmin olun ki, texnoloji dəyişikliklər, yaxud yeni sistemlərin tətbiqi çap maşınlarının iş qabiliyyətinə təsir etmir;
- ☛ istehsalata verilən kitabın harada çap ediləcəyini müəyyənləşdirin;
- ☛ mətbəenin təklif etdiyi təkrar çap qiymətlərini ilk çap qiymətləri ilə müqayisə edin;
- ☛ tələb olunan bütün proseslər üçün aydın və dəqiq göstərişlər verin;
- ☛ əmin olun ki, bütün işlər kitabın spesifikasiyasına uyğun və razılaşdırılmış qiymətlər çərçivəsində aparılır;
- ☛ lazimi materialların alınması üçün sifariş verin;
- ☛ verdiyiniz sifarişə zəruri saydığınız şərt və qaydaları daxil edin.

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ sifariş edilən kitabın tam spesifikasiyası, tirajı; təchizatçılar kimdir; tələb olunan qrafik;
- ↳ şirkətinizdə qüvvədə olan sifariş qaydaları və şərtləri;
- ↳ nəşriyyat əməkdaşlarının fəaliyyəti üçün zəruri materiallara olan ehtiyac və tələblər;
- ↳ lazım olan işləri görmək üçün təchizatçının texniki imkanları;
- ↳ qrafik tələblərinə cavab verən xidmətlər nəşriyyat üçün əlverişlidirmi;
- ↳ tələb olunan keyfiyyət standartına necə nail olmaq olar;
- ↳ mövcud çap maşınları və istehsalat prosesləri müvafiq keyfiyyətə nail olmağa imkan verirmi;

- ↳ *şirkətinizdə və ya mətbəədə saxlanan çap maşınlarının istifadə üçün yararlılığı;*
- ↳ *şirkətin istifadə etdiyi kompüter avadanlığı;*
- ↳ *sistemdə və istehsalat təcrübəsində baş verən dəyişikliklər;*
- ↳ *informasiyanın idarə olunması, saxlanması və bərpa edilməsi;*
- ↳ *kitabın çapına cavabdeh olan mətbəənin vəziyyəti və onun qiymət siyasəti ilə bağlı məlumatlar;*
- ↳ *şirkətinizin sifariş qaydaları və şərtləri;*
- ↳ *tələb olunan işləri görmək üçün mətbəənin texniki imkanları və tələb olunan qrafiklə işləmək bacarığı;*
- ↳ *əvvəlki nəşrlə müqayisədə təkrar nəşrlərin çap keyfiyyəti.*

İSTEHSAL XƏRCLƏRİNİN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ VƏ QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Tövsiyələr:

- ☛ *ətraflı və dəqiq istehsalat spesifikasiyası hazırlayın;*
- ☛ *proses və materialların texniki cəhətdən mümkün, qiymətinə görə əlverişli və keyfiyyətə yüksək olduğunu sübut edən qeydlər edin;*
- ☛ *işə dair münasib tövsiyələr verə bilən adamlarla əməkdaşlıq edin;*
- ☛ *oxucuların tələbinə cavab verən keyfiyyətə nail olmaq yollarını arayın;*
- ☛ *spesifikasiyada xərcləri və istehsalat qrafikini düzgün əks etdirməyən cəhətləri müəyyənləşdirib alternativ təkliflər verməyə hazır olun;*
- ☛ *keyfiyyətə xələl gətirmədən mətbəə xərclərini necə aşağı salmaq üçün yollar arayın;*
- ☛ *istehsalçının qoyduğu qiymətləri təhlil edin, mövcud qiymətlərlə müqayisə edin, nəşr olunan kitab üçün əlverişliliyinə əmin olun;*
- ☛ *sizin hesablamalarınıza uyğun gələn ən sərfəli istehsalçını tapın;*

- ☛ *münasib materialları seçin və material xərclərini hesablayın;*
- ☛ *istehsal xərclərini aydın, dəqiq və maddələr üzrə tərtib edin;*
- ☛ *artıq xərclər və yüksək qiymətlər barədə büdcəyə cavabdeh olan şəxslərə məlumat verin, alternativ təkliflər irəli sürün;*
- ☛ *qiymət və sifariş qəbzlərini yoxlayın, ödənişləri təsdiq edin;*
- ☛ *şirkətdə qəbul olunmuş qaydada qəbz yazılmış xərclərin uçotunu aparın;*
- ☛ *materialların sərf olunmasını və sərf olunmuş materialların xərclərini şirkətdə qəbul edilmiş qaydada uçota alın;*
- ☛ *qiymətlər və qəbzlər arasındakı fərqi müəyyənləşdirin;*
- ☛ *yol verilmiş izafi xərcləri menecer və ya başqa müvafiq şəxsə müzakirə edin;*
- ☛ *təchizat işləri və xərclər haqqında lazımi qaydada qeydlər edin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ *lazım olan materialların qiymət və keyfiyyəti;*
- ↳ *cildləmə üsulları və bunun üçün zəruri materiallar;*
- ↳ *müxtəlif tipli kitablar üzərində texniki işlər (şəkilli, yalnız mətndən ibarət olan, berrəngli və çoxrəngli) və onların keyfiyyətinə qoyulan tələblər;*
- ↳ *müxtəlif tipli kitabların çapı üçün müvafiq avadanlıq, onların istehsal imkanları;*
- ↳ *kitabı lazımi şəkildə istehsal etmək üçün tələb olunan proseslər və münasib avadanlıq;*
- ↳ *istehsalla bağlı kredit şərtləri;*
- ↳ *kitabın sifariş olunan sayı ilə qiymət arasındakı nisbət;*
- ↳ *şirkətiniz təchizatçını necə seçir;*
- ↳ *şirkətiniz üçün hansı qiymətlər məqbuldur;*
- ↳ *təchizatçının münasibliyi və qiymətlər haqqında aydın mühakimə yürütməyə imkan verən məlumatlar;*
- ↳ *material tələbatını necə hesablamaq və alınmış materialların*

- mövcud proseslərə uyğunluğunu necə müəyyən etməli;*
- ↳ şirkətinizin çap-qiymət alternativləri, o cümlədən, güzəşt və qonorar dərəcələri;*
- ↳ həmmüəlliflərə qonorar necə verilir və praktikada olan digər xüsusi hallar;*
- ↳ daşınma xərcləri və üsulları, yükdaşıma və gömrük ödənişləri;*
- ↳ şirkətin strukturu və məsuliyyət bölgüsü;*
- ↳ qəbz yazılışı qaydaları və ödənişlə bağlı alqı-satqı praktikası;*
- ↳ istehsalat və mühasibat şöbələrinin məsuliyyəti;*
- ↳ xərc-büdcə disbalansının təhlil üsulu.*

TƏCHİZATÇILARLA İŞİN QURULMASI

Tövsiyələr:

- ☛ tələblərinizə cavab verən, yaxşı avadanlığı, yüksək iş qabiliyyəti və münasib qiymətləri olan təchizatçılar tapın;*
- ☛ əmin olun ki, müqavilə bağlamaq istədiyiniz mətbəə bu cür nəşr məhsullarını istehsal etmək iqtidarındadır;*
- ☛ əmin olun ki, seçdiyiniz mətbəənin kifayət qədər maliyyə imkanları var, yaxşı idarə olunur və etibarlı xidmət göstərir;*
- ☛ mətbəə nəşr üçün kağız və materialları əlverişli qiymətə hesablayırsa, bu materialları ondan almağa üstünlük verin;*
- ☛ sifarişinizin icrasını yoxlayın, xidmət, keyfiyyət və qiymətlərin sizin tələblərə uyğun gəldiyinə əmin olun;*
- ☛ hansı poliqrafiya işlərinin görülcəyini müəyyənləşdirin, onları tam və aydın təsəvvür edin - seçdiyiniz mətbəə bu işləri görə bələcəkmi;*
- ☛ tələblərinizi tam əhatə edən aydın və dəqiq sifarişlər verin;*
- ☛ əmin olun ki, işin spesifikasiyasında və sifarişinizdə edilmiş hər hansı dəyişiklik yazılı şəkildə təsdiqini tapıb;*
- ☛ unutmayın: spesifikasiyada edilmiş dəyişiklik nəticəsində meydana çıxan xərclər təchizatçı tərəfindən yazılı şəkildə əvvəlcədən təsdiq olunmalıdır;*

- ☛ *əmin olun ki, təchizatçının qiymətə və vaxta təsir edən hər bir işi şirkətdə əlaqədar şəxslərlə müzakirə olunub;*
- ☛ *nəşr etdiyiniz kitab üçün hansı materialların münasib olduğunu və onların bazar qiymətlərini müyyən edin;*
- ☛ *ətraflı texniki spesifikasiyası olan kağız sifariş edin;*
- ☛ *kağız satıcılarının və çapçıların təklif etdiyi kağız növlərinin münasib və keyfiyyətli olduğunu yəqin edin;*
- ☛ *ayrı-ayrı kağız növlərinin üstün və çatışmayan cəhətlərini bilin və həmkarlarınıza izah edin;*
- ☛ *nə qədər, hansı qiymətə və hansı formatda kağız lazım olduğunu müyyən edin;*
- ☛ *əmin olun ki, işə başlamazdan əvvəl bütün kredit şərtləri və digər alqı-satqı şərtləri razılaşıdırılıb;*
- ☛ *tanış olmadığınız təchizatçı ilə iş görərkən risk dərəcəsini dəqiqləşdirin;*
- ☛ *çap olunmuş kitabların qablaşdırılmasına, müvafiq etiket və nişanlarla təchiz olunmasına dair ətraflı göstəriş verin;*
- ☛ *kitabların daşınması ilə bağlı lazımı işləri mətbəə işçiləri ilə razılaşıdırın;*
- ☛ *daşınma qrafikinə və daşınma qiymətlərinə nəzarət edin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ♣ *mətbəə hansı avadanlığa malikdir;*
- ♣ *bu avadanlıq istədiyiniz kitabları buraxmağa imkan verirmi;*
- ♣ *mətbəə tələb olunan vaxtda sifarişinizi çap edə bilirmi;*
- ♣ *mətbəənin təklif etdiyi məqbul qiymət dərəcələri;*
- ♣ *nəşriyyatın tələbləri - mətbəənin iş qabiliyyəti;*
- ♣ *nəşr etmək istədiyiniz kitabı daha hansı mətbəələr çap edə bilər;*
- ♣ *hansı işləri mətbəə özü görə bilmir, ayrı yerdə sifariş edir;*
- ♣ *şirkətiniz təchizatçını necə seçir; bu işdə hər hansı məhdudiyət varmı;*

- ↳ təchizatçının imkanları və avadanlığı;
- ↳ yeni təchizatçı ilə işləmək mövcud iş praktikanızda hansı dəyişikliklər edəcək;
- ↳ tələb olunan keyfiyyət və xidməti yerinə yetirmək üçün seçdiyiniz mətbəə münasibdirmi;
- ↳ ayrı-ayrı təchizatçılarla alqı-satqı işində kredit şərtləri və digər şərtlər;
- ↳ şirkətiniz təchizatçıları necə seçir;
- ↳ naşir-təchizatçı münasibətlərini tənzimləyən alqı-satqı şərtləri;
- ↳ təchizatçı şirkətin strukturu və onun əsas rəhbərliyi;
- ↳ təchizatçının yol verdiyi qüsurları, yaxud uğursuz işi üzrə mübahisəli məsələləri necə həll etməli;
- ↳ şirkət kağız və digər materialları kimdən və necə alır;
- ↳ hər bir kitab üçün nə qədər kağız və poliqrafik materiallar lazımdır;
- ↳ alınan kağız və materialların mətbəənin çap və cild dəzgahlarına və nəşrin spesifikasiyasına uyğun gəldiyinə əmin olun;
- ↳ kağızla bağlı aşağıdakı məlumatları əldə edin:
 - a) nəşr üçün müvafiq kağızın ölçüləri, ağılığı, şəffaflığı, sıxlığı;
 - b) kağızın quruluşu (liflərin istiqamətlənməsi, düzümü);
 - c) kağız necə qablaşdırılıb;
 - ç) kağız qiymətləri.
- ↳ şirkətiniz kağız bazarında necə iştirak edir;
- ↳ mal göndərdiyiniz anbarda kitab bağlamaları necə saxlanılır;
- ↳ mal göndərdiyiniz təşkilatın hansı tələbləri var, kitablar daha hansı ünvanlara daşınmalıdır;
- ↳ malların göndərilmə şərtləri - FOB, CIF nə deməkdir; alqı-satqı qəbzlərinin, yüklənmiş mallar üçün haqq-hesab kağızlarının əhəmiyyəti;
- ↳ ixrac olunan bəzi kitablara tətbiq edilən gömrük məhdudyyətləri;
- ↳ təchizatçının işlətdiyi bağlama və etiket sistemi;

- ↳ *distribütorun uçot-nəzarət qaydaları;*
- ↳ *distribütorun mal buraxmaq qaydaları;*
- ↳ *yükdaşıma şirkətlərinin ünvanları;*
- ↳ *daşınma qiymətləri; daşınmanı necə sürətləndirmək olar.*

TEXNİKİ İMKANLARIN ÖYRƏNİLMƏSİ VƏ QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Tövsiyələr:

- ↳ *redaktə, dizayn və nəşr prosesinin digər mərhələləri və onlar üçün lazım olan texniki vəsaitlər haqqında dəqiq məlumat əldə edin;*
- ↳ *yeni texniki imkanların işə necə təsir edəcəyini müəyyən edin və qiymətləndirin;*
- ↳ *tanış olmayan texnikanın faydasını öyrənin, ondan istifadə etməklə nə qədər vəsaitə qənaət etmək olar, həmkarlarınıza da bu barədə məlumat verin;*
- ↳ *əmin olun ki, tanış olmayan texnikanın tətbiqi kitaba verilən tələbləri pozmur;*
- ↳ *yeni texnologiyaları izləyin - onların sizin işinizə təsirini təhlil edin.*

Zəruri bilik və vərdişlər:

- ↳ *kompüter sistemləri və müvafiq nəşriyyat texnologiyası barədə informasiya.*
- ↳ *rəqəmli informasiyalar hazırlamaq, yaxud onları dəyişdirmək və əlavə etmək sahəsində (IT) şirkətinizin müvafiq iş təcrübəsi;*
- ↳ *yeni texnologiyanın tətbiqi xərcləri və onların istehsal prosesinə təsiri;*
- ↳ *yeni texnologiyanın istehsalatın digər sahələrinə təsiri - əməkdaşların iş təcrübəsi onu qəbul edirmi.*

STOLÜSTÜ NƏŞRİYYAT - KOMPÜTER SİSTEMLƏRİ

Son 10-15 il ərzində istehsalatın bütün sahələrində fərdi kompüterlərin rolu xeyli dərəcədə artmışdır. Çapaqədərki bütün prosesləri özündə birləşdirən kompüter artıq nəşriyyat işinin də əvəzolunmaz vasitəsinə çevrilmişdir. Proqram təminatının təkmilləşməsi hesabına kompüterdə görülən işlərin məhsuldarlığının artması ondan istifadə edənlər üçün qeyri-məhdud imkanlar yaradır.

Hal-hazırda dünyada ən çox IBM tipli kompüterlərdən istifadə olunur. Onun alternativini - Apple şirkətinin məhsulu olan Macintosh kompüterləri isə xüsusi olaraq nəşriyyat işləri üçün ixtisaslaşmışdır. Hər iki platformanı əməliyyat sistemi idarə edir və onun istifadəçi ilə ünsiyyəti qrafik surətdə icra edilir. IBM-də istifadə olunan *Windows* əməliyyat sisteminin təkmilləşməsi bu iki kompüterin nəşriyyat işləri üçün imkanlarını, demək olar, bərabərləşdirir.

Kompüterin tərkib hissələri

Müasir kompüter əsasən aşağıdakı hissələrdən təşkil olunmuşdur:

Monitor. Kompüterin istifadəçi ilə qrafik ünsiyyətini təmin edən və əməllərin icrasının nəticəsini göstərən ən mühüm əksetdirmə qurğusudur.

Kodlaşdırılmış simvollar - mətnlər, şəkillər - monitorun ekranında nəzərdən keçirildikdən sonra əşyavi daşıyıcılara (kağız, plyonka, çap forması) çıxarılır. Monitordakı təsvir kağız üzərindəki təsvirin eyni olur. Bu eynilik ingilis dilində *WYSIWYG* (*What you see what is you get* - Nə görürsənsə, onu da alırsan) adlanır.

Kompüterin əksetdirmə sistemi monitordan və monitoru idarə etmək üçün siqnal yaradan video adapterdən (qrafik kartdan)

ibarətdir. Monitoru xarakterizə edən əsas göstəriciləri ekranın diaqonal ölçüsü və piksellərinin (təsvirin ən kiçik ölçü vahidi) dənəvərliyi hesab olunur. Dənəvərlik dedikdə, monitorun eni və hündürlüyü boyunca neçə pikselin yerləşdiyi başa düşülür. Məsələn, əgər dənəvərlik 800x600 kimi ifadə olunursa, bu o deməkdir ki, monitorun eni boyunca 800, hündürlüyü boyunca isə 600 piksel yerləşib. Nəşriyyat sistemlərində əsasən diaqonalı 17 düym və 21 düym ölçüsündə olan monitorlardan istifadə edilir.

Sistem bloku. Kompüterin bütün "daxili orqanları" onun içəri-sindədir. Sistem bloku özü aşağıdakı hissələrdən ibarətdir:

- *Sistem lövhəsi.* Həmçinin *ana lövhə* adlandırılan sistem lövhəsi kompüterin əsas detalı hesab olunur, çünki bütün qurğular ona birləşir.

- *Processor.* Onu kompüterin "mühərriki" hesab etmək olar. Processor proqramların əmrlərini yerinə yetirən cihazdır. Onu xarakterizə edən göstərici tezlik vahidi olan hersdir.

- *Əməli (müvəqqəti) yaddaş.* Bu, kompüterin işlədiyi müddətdə proqramların yükləndiyi yaddaşdır. Həcmçə böyük proqram və fayllarla işləmək üçün çox operativ yaddaş tələb olunur. Yaddaş göstəricisinin ölçü vahidi *bayt (kilobayt, meqabayt, geqabayt)* hesab olunur.

- *Sərt disk.* Kompüterin daimi yaddaş qurğusudur. Bütün məlumatlar sərt diskdə fayllar şəklində saxlanılır. Fayllar qovluqlarda qruplaşdırıla bilər. Bu da informasiyanı arxivləşdirməyə və indeksləşdirməyə kömək edir. Sərt disk bəzən *vinçester* də adlandırılır. Geqabaytlarla ölçülən həcm sərt diskin əsas göstəricisidir. Bundan başqa onun fırlanma tezliyi, yazma-oxuma tezliyi, xarici təsirlərə davamlılığı kimi parametrləri də vardır.

- *Qida mənbəyi.* Qida mənbəyindən elektrik gərginliyi kompüterin hər bir komponentinə ayrı-ayrılıqda ötürülür. Qida mənbəyinin əsas funksiyası dəyişən cərəyan gərginliyini (110, yaxud 220V) çevirərək kompüterin müxtəlif hissələrini tələb olunan gərginliklə (3, 3,5 və 12 V) qidalandırmadır.

Klaviatura. Sistemə əmr və məlumatları daxil etmək üçün düymələrdən ibarət lövhədir.

Maus (mouse - siçan). Qrafik əməliyyat sistemlərində ekrandakı obyektləri nişanlamaq, seçmək və aktivləşdirmək üçün istifadə olunan qurğudur.

Nəşriyyatda istifadə olunan periferiya qurğuları

Printer

Hal-hazırda əsasən lazer və şırnaqlı printerlərdən istifadə olunur. Çap etmə texnologiyaları fərqlənsə də, hər iki növ printer də nəvərliliyinə və sürətinə görə xarakterizə olunur. Lazer printerlərinin iş prinsipini belə izah etmək olar: çap olunan səhifənin elektrostatik şəkli lazer şüasının köməyi ilə fotoya həssas olan silindrik çarxda əks olunur. Həmin silindrik çarxda yerləşdirilmiş xüsusi rəng tozu olan toner səhifədə yalnız hərf və şəkil olacaq yerlərə "yapışır". Çarx fırlanaraq kağız vərəqinə yapışır və toneri ona həkk edir. Şırnaqlı printerlərdə isə çap metodu bir qədər fərqlidir. Belə ki, rəngi özündə saxlayan kartric kağızın üzərində sağa-sola hərəkət edir və onu hərf, yaxud şəklin olacağı yerlərə "çiləyir".

Bu iki növ printerin nəşriyyatda təyinatı bir qədər fərqlidir. Lazer printerləri daha yüksək basma keyfiyyətinə malikdir. Buna görə də onlardan mətbəə üsulu ilə çap olunacaq səhifələrin orijinalını - "qəlibini" hazırlamaq üçün istifadə olunur. Doğrudur, yüksək keyfiyyətli rəngli çapa pilyonkaların hazırlanması üçün hətta lazer printeri də yaramır. Rəngli lazer printerlərinin bahalığını nəzərə alaraq kitab-nəşriyyat sistemində adətən ağ-qara lazer printerlərindən istifadə edirlər.

Şırnaqlı printerlər rəngli kartriclə təchiz olunurlar. Onlardan əsasən rəngli kitabın maketini hazırlamaq və rəngli səhifələri çap etməklə tərtibatını yoxlamaq üçün istifadə olunur. Şırnaqlı printer istehsalçıları adətən həmin printerlər üçün xüsusi kimyəvi qatla örtülən fotokağızlar da istehsal edirlər. Şırnaqlı printerdə bu kağız üzərində yüksək rejimli basma keyfiyyətinə görə heç də lazer printerindən geri qalmır.

Skaner

Əgər printer rəqəmli təsviri çap edirsə, skaner əksinə, çap olunmuş təsviri rəqəmli informasiyaya çevirib kompüterə ötürür. Ska-

nerlərin işləmə prinsipi və təyinatlarına görə bir neçə növü mövcuddur. Xüsusi proqramların köməyi ilə skanerdən keçirilmiş material kompüterə ötürülür və fayl şəklində kompüterin yaddaşında saxlanılır. Ən çox əl və stolüstü skanerlərdən istifadə olunur.

Əl skanerləri. Onun iş prinsipinə nəzər salsaq, görürük ki, işıq saçan diodlar əksi köçürülən ("skaner olunan") materialın üzərinə şüa buraxır. Oradan əks olunan şüa isə qeydiyyatata alınır, yəni istifadəçi astaca skaneri materialın üzərində hərəkət etdirir və oradan əks olunan şüa linzadan keçərək rəqəm halında kompüterə ötürülür.

Stolüstü skanerlər. Bu, stolüstü nəşriyyat sistemlərində ən çox yayılmış skaner növüdür. Onun da iş prinsipi təxminən əl skanerlərində olduğu kimidir. Lakin stolüstü skanerlərin materialdan əks olunmuş şüanı qeydiyyatata almaq üçün daha dəqiq mexanizmi var. Belə modellərdə şüa daha uzun məsafə qət edir. Belə ki, rəngli təsvirləri skaner vasitəsi ilə kompüterə köçürmək üçün o, işıq filtrlərindən keçməlidir.

Modem

Modemdən *Internet* şəbəkəsinə çıxmaq və uzaqda olan kompüterlə informasiya mübadiləsi aparmaq məqsədilə istifadə olunur. Onun əsas funksiyası rəqəmli informasiyanı analoq (elektrik) siqnallarına və əksinə çevirməkdən ibarətdir. Modemlərin xarici və daxili (kompüterin sistem lövhəsinə quraşdırılmış) növləri vardır. Modem nəşriyyat üçün *Internet*də yerləşdirilmiş elektron nəşrlərlə tanışlıq və mübadilə üçün geniş imkanlar açır.

Xarici yaddaş qurğuları

İnformasiyanın şəbəkə olmayan yerdə bir kompüterdən digərinə nəql edilə bilməsi üçün (məsələn, nəşriyyatın kompüterlərindən mətbəənin rəngayırma-kompüter sistemlərinə) bir sıra xüsusi yaddaş qurğularından istifadə olunur ki, onlardan ZIP disketləri (həcmi 100-250 Mb), yumşaq diskləri (Floppy - 3.5", həcmi 1.44 Mb), kompakt-diskləri (həcmi 650 Mb), və DVD-ləri misal göstərmək olar.

HAB

HAB (HUB) ötürücüləri nəşriyyatda mərkəzləşdirilmiş lokal-şəbəkə sistemini qurarkən istifadə olunur. Bunların köməyi ilə bir neçə kompüter və digər qurğular bir-biri ilə birləşdirilir. Kitabın çapa hazırlanması prosesində eyni material üzərində müxtəlif funksiyalar yerinə yetirən (redaktor, yığıcı, bədii redaktor, dizayner, qrafik və s.) əməkdaşların işbirliyini asanlaşdırmaq və məhsuldar etmək üçün lokal şəbəkənin rolu əvəzəndir.

Windows əməliyyat sistemi

Microsoft şirkətinin məhsulu olan *Windows* əməliyyat sistemi DOS əməliyyat sistemi əsasında qurulmuş, istifadəçi ilə qrafik ünsiyyət yaradan və kompüterini idarə edən bir əməliyyat sistemidir. Bu əməliyyat sistemini məşhurlaşdıran cəhətləri burada istifadəçi üçün daha rahat və səmərəli mühitin təmin olunmasıdır. Məsələn, DOS əməliyyat sistemində hər hansı bir əmrin icra etməkdən ötrü komanda sətrində həmin komandanın adı istifadəçi tərəfindən yazılırdısa, *Windows* əməliyyat sistemində istifadəçinin bir çox əmrləri müxtəlif nişanlar şəklində əks etdirən qrafik interfeysdən istifadə etmək imkanı var. Burada proqram, yükləndikdən sonra pəncərələr şəklində ekrana çıxır və buna görə də əməliyyat sistemi *Windows* (ingiliscə *window* pəncərə deməkdir) adlanır. Bu əməliyyat sistemini məhsuldar edən digər cəhəti eyni zamanda bir neçə proqramı paralel icra etmək (buna *multitasking* - çoxtapşırıqlılıq deyilir) və virtual yaddaşdan istifadə etmək qabiliyyətidir. Virtual yaddaş *Windows* əməliyyat sistemi tərəfindən avtomatik olaraq və ya istifadəçi tərəfindən əllə tənzimlənir. Bu zaman sərt diskdə olan boş sahənin həcmi nəzərə alınır və ondan bir növ əməli yaddaş kimi istifadə olunur.

Windows əməliyyat sistemi işə düşən kimi işçi masada (Desktop) bir neçə piktoqram (hər hansı proqramı, faylı və ya qovluğu aktivləşdirmək üçün istifadə olunan rəmzi işarə) görünür, ekranın aşağı sərhəddi boyunca isə tapşırıq zolağı ekrana çıxır.

Windows əməliyyat sisteminin "versiyalar" deyilən bir neçə buraxılışları mövcuddur (95, 98, 2000). Son buraxılışlar istifadə baxı-

mından şəbəkələr və işçi stansiyalar (fərdi kompüterlər) üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Windows əməliyyat sistemində işləyən proqram təminatının çoxluğu və geniş imkanlara malik olması ondan nəşriyyat işində istifadə edilməsinə şərait yaratmışdır.

Nəşriyyat işində istifadə olunan proqramlar

Nəşriyyatda istifadə olunan kompüter proqramlarını üç qrupa bölmək olar: mətn yığımı, səhifələmə və qrafik proqramlar.

Mətn yığımı proqramları

İcra etdiyi funksiyasına görə, demək olar ki, bir-birindən fərqlən-məyən mətn yığımı proqramları nəşriyyat işinin ilk mərhələsində istifadə olunur. Zahirən sadə görünə də, prosesin əhəmiyyətli dərəcədə vaxtaparan hissəsi hesab olunur. Belə proqramlar içərisində *Microsoft Word* qrafik interfeysinə görə diqqəti daha çox cəlb edir. Bu proqramın istehsalçıları onu artıq yalnız mətn yığımı üçün deyil, həmçinin səhifələmə, sadə tərtibat və hətta Web-səhifə hazırlamaq üçün xüsusi funksiya və əmrlərlə təchiz etmişlər.

Səhifələmə (ölçüyə gətirmə) proqramları

Mətn yığımından sonra həmin mətn və qrafik proqramda işlənilib hazırlanmış şəkillər səhifələmə proqramına idxal (import) edilir. Əksər hallarda *.txt* genişlənməsilə qəbul olunan mətn səhifələmə proqramında artıq əvvəlcədən müəyyən edilmiş formata salınır. Şriftlərin qarnituru, ölçüsü və digər parametrlər müəyyən olunur. Qrafik proqramlarda redaktə olunmuş şəkillər, illüstrasiyalar da mətnlə yanaşı səhifələnən materiala daxil edilə bilər.

Hər birinin özünəməxsus interfeysi olan olan səhifələmə proqramlarına QuarkXPress, CorelVENTURA, Adobe PageMaker, Adobe InDesign və başqalarını misal göstərmək olar. İstifadə əhatəsinə və intuitiv interfeysinə görə *Quark* şirkətinin istehsalı olan QuarkXPress proqramı daha geniş yayılmışdır.

Qrafik proqramlar

Qrafik proqramlar skanerdən keçirilmiş şəkilləri işləyib hazırlamaq, montaj etmək, həmçinin müəyyən yeni təsvirlər yaratmaq üçün istifadəçiyə geniş imkanlar açır. Bu proqramlar içərisində AdobePhotoShop, Corel DRAW, Ulead PhotoImpact, Microsoft Draw nisbətən məşhurları hesab olunur. Bu proqramlarda işlənib hazırlanan təsvirlər elə oradaca tərtib oluna (kitabların cildləri, şmusları, reklam-çap məhsulları üçün) və ya səhifələmə proqramına nəql edilə bilər.

Rəng sistemləri

Müasir kompüter avadanlığı və proqram təminatları rəngli nəşrin çapa hazırlığını tam təmin etməyə imkan verir. Bunun üçün avadanlığın istifadə etdiyi rəng sistemini bilmək vacibdir.

Çapa hazırlanmış hər hansı rəngli materialın şırnaqlı printerdə (eləcədə digər çap qurğularında - rəngli lazer printerində, rəngli plotterdə və ya rəqəmli ofset maşınında) çapı zamanı alınmış təsvirin rəngi kompüterin monitorunda görünən rənglərdən fərqlənir. Buna səbəb proqram təminatının müvafiq qurğular üçün nəzərdə tutduğu rəng sistemlərinin fərqli olmasıdır. Həm buna görə, həm də rəngli nəşri çapa texnoloji baxımdan düzgün hazırlamaq üçün istifadə olunan rəng sistemlərini bilmək lazımdır.

RGB (Read, Green, Blue) - qırmızı, yaşıl, mavi

Bu rəng sistemindən bütün rəqəmli avadanlıqlarda (skaner, printer, monitor, plotter, rəqəmli kamera, rəqəmli fotoaparat, rəqəmli ofset və s.) istifadə edilir. Müxtəlif qurğuların idarə olunması üçün istifadə olunan proqram təminatlarına uyğun gəldiyinə görə *RGB* rəng sisteminə bəzən sistem və ya universal rəng sistemi də deyirlər. Bu rəng sistemi avadanlığın texniki vəziyyətindən və onun istifadə etdiyi rəng profaylından (Color Profile) asılı olaraq dəyişə bilər. *RGB* rəng sistemi rəqəmli texnologiyalar üçün daha xarakterikdir.

CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black) - mavi, narıncı, sarı, qara

Sadalanan dörd rəngin köməyindən rəngli illüstrasiyaları, şəkilləri tam təbiiyi ilə çap etmək üçün poliqrafiyada geniş istifadə olunur. Müasir poliqrafiyada bu rənglərdən başqa poliqrafik triada adlanan çoxlu sayda əlavə rənglərdən istifadə olunur. Çap məhsulunun rəng keyfiyyəti CMYK rəng sistemindən nə dərəcədə düzgün istifadə olunmasından xeyli asılıdır.

Ofset çapına hazırlıq mərhələsi olan rəngayırma prosesi üçün rəngli nəşri CMYK rəng sistemində hazırlamaq lazımdır. Bu, nəzərə alınmadıqda (şəkillər rəngayırma digər rəng rejimlərində göndərildikdə) şəklın orijinalı ilə onun çap olunmuş variantı arasında ciddi rəng fərqləri nəzərə çarpır.

CMYK rejimində rənglərin dəyişmə dərəcəsi hər bir rəng üçün 255 çalara qədər nəzərdə tutulub.

CIEL *a*b (Lab) - işıqlılıq

Şəkillər skanerdən keçirildikdən sonra onları nəşr üçün işləyib hazırlamaq - rəngləri açıqlaşdırıb-tündləşdirmək, kontrastı çoxaldıb-azaltmaq və s. lazım gəlir. Bu əməliyyatlar Lab rəng sistemində yerinə yetirilir. Həmin proseslər üçölçülü (XYZ) fəzanı xatırladan səth üzərində həyata keçirilir. Bu rəng sistemində alınmış hər bir rəng müəyyən səthə uyğun gəlir. Bu xətlərdən eyni uzaqlıqda olan səthlər bərabər kontrastlı rənglər adlanır.

L işıqlılığı, *a* oxu qırmızı-yaşıl rəngi, *b* oxu göy-sarı rəngləri göstərir.

Pantone

Bu sistem poliqrafiya sahəsində fəaliyyət göstərən mütəxəssislərin işini asanlaşdırmaq üçün 1993-cü ildə *Pantone* şirkəti tərəfindən yaradılmışdır. *Pantone* kitabça şəklində çap olunmuş, hər birinin öz nömrəsi olan şablon rəngli vərəqçələrin toplusudur. Bu kitabçadan istifadə edən dizayner və ya istifadəçi lazım olan rəngi seçib onun nömrəsini yazır. *Pantone* toplusundan seçilmiş hər hansı rəngi çap etmək üçün bu kitabçaya anoloji olan triadalı rəng kitabçasından istifadə olunur. Ona görə ki, *Pantone* rənginin çap üsulu ilə alınması üçün CMYK sistemində istifadə olunan rəng qa-

rışıqlarından əlavə poliqrafik triadanın rənglərindən də istifadə etmək lazımdır. Bu baxımdan rəngayırma zamanı Pantone rəngini dörd deyil beş və daha çox rənglərə ayırırlar.

HSV (Hue, Saturation, Value) - ton, çalarlıq, qiymət

Ton rəngə dərinlik və forma verir. Çalarlıq rəngin tündlük və ya açıqlıq (qırmızı, al qırmızı, zoğalı) dərəcəsini göstərir. Qiymət göstəricisi rəngin parlaqlığını (ışıqlılığını) ifadə edir.

Bu sistemdə müəyyən rəng almaq üçün bu üç göstəricinin üçündən də istifadə etmək lazım gəlir. Bu sistem riyazi baxımdan silindrik koordinat sistemini xatırladır. Belə ki, H (0 -360), S (0 - 100) V (0-100) qiymətlərini göstərilməmiş intervallar arasında dəyişməklə müxtəlif rənglər almaq olar.

Grayscale - çalarlı ağ-qara

Bu rəng sistemi ağ və qara rənglərin müxtəlif tündlük-ışıqlılıq dərəcələrindən istifadə edir. Bu sistemdən ağ-qara (rəngli olmayan) illüstrasiyaların təsviri və çap olunması zamanı istifadə etmək məsləhət görülür. Bu zaman illüstrasiyanın saxlanıldığı faylın həcmi az, keyfiyyəti isə nisbətən yüksək olur.

Duotone

Adından görüldüyü kimi, bu rəng sistemində iki rəng - ağ və qara rənglərdən istifadə olunur.

Bu rəng sistemindən skanerdən keçirilmiş mətnlərin işlənilməsi və təkrar çapı zamanı istifadə edilir.

Elektron nəşrlər

Son zamanlar rəqəmli texnologiyaların sürətlə inkişaf etməsi informasiya daşıyıcısının xüsusiyyətləri baxımından nəşrlərə də öz təsirini göstərmişdir. Xüsusilə kompüter şəbəkələrinin inkişafı yeni nəşriyyat sahəsi meydana çıxardı - yeni nəşr növü olan elektron nəşr meydana gəldi. Elektorn nəşrlə bağlı nəşriyyatın terminoloji leksikonuna indiyə kimi yalnız elektron KİV-də istifadə olunan bir çox yeni terminlər, anlayışlar daxil oldu ("qaçan" sətirlər, reklam banerləri, hiperəlaqələr və s.).

Elektron nəşrlər dövrülüyündən, yönümündən, daşdığı informasiyanın növündən asılı olaraq müxtəlif tipli və formatlı olurlar. Onlardan Internet şəbəkəsində geniş istifadə olunur. Amerika və qərb statistikasına görə, gün ərzində bu şəbəkəyə 40.000 elektron nəşr daxil olur. Elektorn nəşrlər adi nəşrlərdən istifadə olunan informasiyanın müxtəlifliyinə (mətn, qrafik illüstrasiyalar, audio, video və s. fayllar) görə fərqlənirlər. Bu cür nəşrlər üzrə ixtisaslaşan qurumlar da nəşriyyat deyil, WEB-studiyalar adlanırlar.

Elektorn nəşrlər adi nəşrlərlə müqayisədə bir çox üstünlüklərə malikdirlər:

- *nəşrdə mətnlə yanaşı video, audio informasiyanın və üçölçülü obyektlərin yerləşdirilməsi imkanları;*

- *nəşrə istənilən vaxt əlavələr edilməsi və onun asanlıqla yeniləşdirilməsi imkanları;*

- *nəşrin Internet şəbəkəsi ilə yayımı imkanları;*

- *nəşrin istənilən (az və ya çox) sayda çoxaldılmasının asanlıqla və iqtisadi səmərəliliyi;*

- *nəşrdə müəyyən avtomatlaşdırma elementlərindən (axtarış sistemi, istənilən səhifədən digərinə keçid və s.) istifadə və s.*

Elektron nəşrlər xarici yaddaş (kompakt disk, yumşaq disk və s.) qurğularda və müəyyən sistemlərdə (fərdi kompüterlərin yaddaşında, Internet şəbəkəsində olan serverlərdə və s.) saxlanıla və yayımlana bilər. Lakin nəşrin uzunmüddətli saxlanması üçün bir çox amillərin nəzərə alınması tələb olunur. Bu amillərin özləri də elektorn nəşrin növündən asılı olaraq müxtəlif olur. Məsələn, virusdan mühafizə, sistemin, informasiyanın saxlandığı yaddaş qurğularının və s. mühafizəsi.

Çatışmayan cəhət isə elektron nəşrin oxunması üçün kompüter avadanlığının və müvafiq program təminatının tələb olunmasıdır.

Elektron nəşrlərin hazırlanması texnoloji baxımdan bir neçə istiqamətdə aparıla bilər: nəşr üçün istifadəçi interfeysinin yaradılması, Internet texnologiyaları və çap üçün nəzərdə tutulmuş materiallar əsasında.

Nəşr üçün istifadəçi interfeysinin yaradılması aşağıdakı hallarda tövsiyə edilir:

- *geniş həcmli və müxtəlif əhatə dairəli informasiyaya malik olduqda;*

- *nəşr eyni zamanda bir neçə dildə olduqda;*

- *məlumat-arayış xarakterli nəşrlərdə və s.*

İstifadəçi interfeysinin olması həmin nəşrdən istifadəni asanlaşdırmağa imkan verir. Bəzi elementləri idarə etməkdən əlavə müəyyən axtarış parametrlərindən də istifadə etmək mümkündür. Belə nəşrlərin yaradılması zamanı proqramlaşdırma sahəsində yüksək peşəkarlıq və bilik tələb olunur. Bu zaman nəşrin tərtibatı üçün müxtəlif proqramlardan və proqramlaşdırma dillərindən (*Delphi*, *Visual Basic* və s.) istifadə oluna bilər. Elektron nəşrin dizaynı da nəşriyyat-çap məhsulunun dizaynından fərqlənir. Çox zaman buna *Web-dizayn* deyilir. Statik elementlərlə yanaşı dinamik elementlərdən (animasiya, "qaçan" sətirler, yanıb-sönən elementlər və s.) istifadə imkanları dizaynerdən əlavə biliklər və ustalığ tələb edir.

Elektron nəşrlərdə *Internet texnologiyalarından istifadə* geniş yer tutur. Bu üsulun üstünlüyü belə nəşrlərin Internet şəbəkəsinə asan inteqrasiya olunması və yerləşdirilməsidir. Bu texnologiyalardan istifadə hazır proqram təminatlarından istifadə etməklə yanaşı müxtəlif platformalı (*Mac*, *PC*) əməliyyat sistemlərindən istifadə imkanı da verir.

Çap üçün hazırlanmış fayllardan yaradılan elektorn nəşrlər. Bu nəşrlərin tipi (yaradılan faylın tipi nəzərdə tutulur) *PDF* (Printing Document File) formatında olur. Belə fayllara baxmaq üçün *Acrobat Reader*-in müxtəlif versiyalarından istifadə etmək olar. Adından görüldüyü kimi, *PDF* formatlı fayllar çap üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu faylları müxtəlif əməliyyat sistemində (*Windows 9x/NT/Me/2000/CE*, *Mac OS*, *Unix*, *Linux* və s.) *Acrobat Reader*-dən istifadə etməklə oxumaq və yenidən çap etmək mümkündür. Bu zaman keyfiyyət *PDF* formatın yaradılmasından asılıdır. Belə faylları müxtəlif proqramlardan - *QuarkXPress*, *Adobe PageMaker*, *Adobe InDesign*, *Corel VENTURA* və s. istifadə etməklə yaratmaq olar. Müəyyən istisnalar olmaqla bu tipli nəşrlərin tərtibatı adi nəşrdə olduğu kimidir.

ƏLAVƏ 1

STANDART KAĞIZ FORMATLARI**A formatları**

Şerti ifadəsi	Millimetrlə ifadəsi
4A	1682x2378
2A	1189x1682
A0	841x1189
A1	594x841
A2	420x594
A3	297x420
A4	210x297
A5	148x210
A6	105x148
A7	74x105
A8	52x74
A9	37x52
A10	26x37

B formatları

Şerti ifadəsi	Millimetrlə ifadəsi
4B	2000x28288
2B	1414x2000
B0	1000x1414
B1	707x1000
B2	500x707
B3	353x500
B4	250x353
B5	176x250

ƏLAVƏ 2

NƏŞR FORMATLARI

Kitab və jurnal nəşrlərinin ölçüləri

Kağız vərəqinin ölçüsü, mm	Vərəqin payı	Kitab nəşrlərinin ölçüsü		
		Şərti işarə	Ölçülər	
			Maksimal	Minimal
600Mx900	1/8	60x90/8	220x290	205x275
840x1080M	1/16	84x108/16	205x260	192x255
700x1000M	1/16	70x100/16	170x240	158x230
700x900M	1/16	70x90/16	170x215	155x210
600x900M	1/16	60x90/16	145x215	132x205
600x840M	1/16	60x84/16	145x200	130x195
840Mx1080	1/32	84x108/32	130x200	123x192
700Mx1000	1/32	70x100/32	120x165	112x158
750Mx900	1/32	75x900/32	107x177	100x170
700Mx900	1/32	70x90/32	107x165	100x155
600Mx840	1/32	60x84/32	100x140	95x130

Kağız vərəqinin ölçüsü, mm	Vərəqin payı	Jurnal nəşrlərinin ölçüsü		
		Şərti işarə	Ölçülər	
			Maksimal	Minimal
700x1080	1/8	70x108/8	265x340	257x333
600x900	1/8	60x90/8	220x290	205x275
600x840	1/8	60x84/8	205x290	200x285
840x1080	1/16	84x108/16	205x260	192x255
700x1080	1/16	70x108/16	170x260	158x255
700x1000	1/16	70x100/16	170x240	158x230
600x900	1/16	60x90/16	145x215	132x205
840x1080	1/32	84x108/32	130x200	123x192
700x1080	1/32	70x108/32	130x165	125x165

Qeyd: M - Maşının istiqamətinin kağız vərəqinin hansı tərəfi ilə üst-üstə düşməli olduğunu göstərir.

ƏLAVƏ 3

NƏŞR ÜÇÜN KAĞIZ MƏSRƏFİNİN HESABLANMASI

Nəşrin tirajı üçün vərəq sayının hesablanması

$$\text{Vərəqlərin sayı} = \frac{\text{səhifələrin sayı} \times \text{tiraj}}{\text{çap vərəqinin iki tərəfində olan səhifələrin sayı}} + \text{ehtiyat.}$$

Misal:

Nəşrin formatı - 60x84/16.

Nəşrin həcmi - 128 səh.

Nəşrin tirajı - 5000.

$$\text{Vərəqlərin sayı} = \frac{128 \times 5000}{32} + 3\% = 20000 + 600 = 20600.$$

Kağızın çəkisinin hesablanması

a) 1000 vərəq üçün kağızın çəkisi (kiloqramla):

$$\frac{\text{kağız vərəqin ölçüsü (mm x mm)} \times 1 \text{ m}^2 \text{ kağızın çəkisi (qr)}}{1000000}$$

1000000

b) nəşrin tirajı üçün lazım olan kağızın çəkisi (kiloqramla):

$$\frac{1000 \text{ vərəq üçün kağızın çəkisi (kiloqramla)} \times \text{vərəqlərin sayı}}{1000}$$

Misal:

Nəşrin formatı - 60x84/16.

Nəşrin həcmi - 128 səh.

Nəşrin tirajı - 5000.

Kağız vərəqinin çəkisi - 60 qr.

a) 1000 vərəq üçün kağızın çəkisi (kiloqramla):

$$\frac{600 \times 840 \text{ (mm}^2\text{)} \times 60 \text{ (qr)}}{1000000} = 30,240 \text{ (kq)}.$$

b) nəşrin tirajı üçün lazım olan kağızın çəkisi:

$$\frac{30,240 \text{ (kq)} \times 20600 \text{ (vərəq)}}{1000} = 622,944 \text{ (kq)}.$$

STANDART KORREKTURA İŞARƏLƏRİ

Aşağıda bir çox ölkələrdə, o cümlədən Azərbaycanda qəbul olunmuş əsas standart korrektura işarələri və onların təyinatı göstərilir. Bəzən korrektura nüsxələri üzərində bir neçə adam işlədiyindən; qəbul olunub ki, bu işarələri yığıcı qırmızı rənglə, müəllif/redaktor göy rənglə, korrektor yaşıl rənglə etsin.

== Defis qoymalı.

— Tire qoymalı.

() Mötərizəyə almalı.

= = Sətri hərfi baş və ya baş hərfi sətri hərflə əvəz etməli.

(000) Hələ nömrəsi dəqiqləşməmiş səhifələrə istinad etməli.


kq.12 Şrifti göstərilən keçlə yığmalı.

✉✉ Bir neçə sətri dəyişməli və ya silməli.

VVVA Söz, ifadə, mətn hissəsi əlavə etməli.

|
||
|||
||||
Başlığın yanında onun asılılıq dərəcəsini göstərməli (bunu rənglə karandaşla da etmək olar).

———— Qalın (bold) şriftlə yığmalı.

-  Kursivlə yığmalı.
-  Aralı (seyrək) yığmalı.
-  Ara məsafəni götürməli.
-  Qalın (bold) kursivlə yığmalı.
-  Qalın şriftlə aralı yığmalı.
-  Kursivlə aralı yığmalı.
- F [Əsas mətndən fərqli şriftlə yığmalı.

Şək. 3. İllüs. 1.

İllüstrativ materialı yerləşdirməli.



Abzasdan yazmalı.



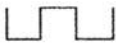
Abzas lazım deyil.



Mətnin mərkəzi ilə yığmalı (məsələn: mətnin içində şər parçası olarsa).



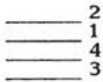
Qonşu hərfərin, sözlərin yerini dəyişdirməli.



Bir-birindən aralı hərfərin, sözlərin yerini dəyişdirməli.







Qonşu sətirlərin yerini dəyişməli.



Sətirlərin yerini dəyişdirməli.



Mətni, illüstrasiyanı sağa çəkib düzləndirməli.

-  Mətni, illüstrasiyanı sola çəkib düzləndirməli.
-  Sətri yuxarı qaldırmalı.
-  Sətri aşağı salmalı.
-  Asılı sətri (illüstrasiyanı) əvvəlki səhifəyə keçirməli.
-  Asılı sətri (illüstrasiyanı) sonrakı səhifəyə keçirməli.
-  Hərfləri, işarələri əvvəlki sətərə (sütuna, səhifəyə) keçirməli.
-  Hərfləri, işarələri sonrakı sətərə (sütuna, səhifəyə) keçirməli.
-  Sözlərin ardıcılığını dəyişdirməli.
-  Hərfi, sözü atmalı.
-  Hərf, işarə və rəqəmi əvəz və ya əlavə etməli.
-  Bir neçə sətri (cədvəli, illüstrasiyanı və s.) başqa yerə keçirməli.
-  Hərflər, sözlər arasındakı boşluğu artırmalı.
-  Hərflər, sözlər arasındakı boşluğu götürməli.
-  Hərflər, sözlər arasındakı boşluğu bərabərləşdirməli.
-  Sətirlər, abzaslar arasındakı məsafəni artırmalı.
-  Sətirlər, absazlar arasındakı boşluğu götürməli.



İnterliniyajı bərabərləşdirməli.



Hərfi, sözü, sətiri, illüstrasiyanı, ya da digər çap elementlərini çevirməli.



Bir neçə sətir arasındakı boşluğu ("dəhlizi") götürməli.



Səhv olaraq pozulmuş sözü, ifadəni, fikri olduğu kimi saxlamalı.



Mətn blokunun kənarını şaquli düzləndirməli.



Çap təzyiqini gücləndirməli.



Çap təzyiqini zəiflətməli.

Xətti əvəz etməli:

x

açıq;

xx

nazik;

xxx

yarımqalın;

xxxx

qalın.



Xətti uzatmalı.



Xətti qısaltmalı.

ƏLAVƏ 5

ISBN - International Standard Book Number Beynəlxalq Standart Kitab Nömrəsi

Material Azərbaycan Respublikası Milli ISBN Agentliyi - Xəzər Universiteti tərəfindən təqdim edilmişdir.

ISBN-nin imkanları və zəruriliyi məsələsi ilk dəfə 1966-cı ildə Berlin şəhərində keçirilən Kitab Ticarətinin Rasionallığı və Kitab Bazarının Araşdırılması üzrə III Beynəlxalq Konfransda qaldırılmışdır.

Həmin vaxtlarda nəşriyyat və kitabxanalar kitab sifariş işinə nəzarət prosesinin kompüterləşməsi məsələsini həll edirdilər. Bu avtomatik sistemlərin effektivliyi nəşrlərin yeganə və sadə identifikasiyası idi. Bu nömrələməni ilk dəfə 1967-ci ildə *J. Whitaker & Sons Ltd.* (Böyük Britaniya), 1968-ci ildə isə *R.R. Bowker Company* (ABŞ) tətbiq etmişlər.

Britaniya Naşirlər Assosiasiyasına hesabat verən London iqtisadiyyat məktəbinin professoru F.Q. Foster demişdi: "Kitab ticarətində Beynəlxalq Standart Kitab Nömrəsinə dərin ehtiyac var və onun həyata keçirilməsi bütün iştirakçıların xeyrinədir". Dərin təhlil və araşdırmalardan sonra onun həyata keçirilməsi planı hazırlandı.

Texniki sənədləşmə komitəsi Beynəlxalq Standartlar Təşkilatı (ISO, Britaniya Standartlar İnstitutu onun katibliyi oldu) bu Britaniya sistemini beynəlxalq miqyasda öyrənmək üçün işçi qrupu yaratdı (ISO/TC 46).

1968-ci ildə Danimarka, Fransa, AFR, İrlandiya, Niderland, Nor-

veç, Böyük Britaniya və ABŞ-ın dövlət nümayəndələri və YUNESKO-nun iştirakı ilə Londonda görüş keçirildi. Bu işdə maraqlı olan digər ölkələr isə təkliflərini yazılı şəkildə göndərmişdilər. Bu görüşün he-sabatı ISO-ya daxil olan bütün ölkələrə göndərilmişdi. 1969-cu ildə Berlin və Stokholmdakı görüşlərdə cavab məktubları müzakirə olunmuş və nəticədə ISO-2108 sayılı təqdimatla ISBN-in verilmə qaydaları və prinsipləri təyin edilmişdir.

Həmin təminatın məqsədi beynəlxalq miqyasda kitabların nömrələnməsini əlaqələndirmək və standartlaşdırmaqdır. Belə ki, həmin nömrə hər hansı konkret nəşirin çap etdiyi nəşrə və ya nəşrin bir başlığına, yaxud bir neçə başlığına verilən identifikasiyadır və bu nömrə heç yerdə təkrarlana bilməz.

ISBN əsasən müəllif hüququ olan kitablar üçün istifadə edilir.

ISBN nədir?

ISBN Beynəlxalq Standart Kitab Nömrəsidir. Beynəlxalq miqyaslı nəşr məhsullarının müəyyənedicisidir. ISBN-in məqsədi nəşirin çap etdiyi nəşr məhsullarını yaymaq və müəyyən etməkdir. Bu, kitab satıcıları, kitabxanaçılar, universitetlər, kitab yayıcıları və distribütorları üçün əlverişli ticarət şəraiti yaradan yeganə nömrədir.

ISBN neçə rəqəmdən və hissədən ibarətdir?

Hər bir ISBN 10 rəqəmli nömrədən ibarətdir və çap olunan zaman "ISBN" hərfləri rəqəmlərdən qabaqda yerləşir. Bu nömrə müxtəlif ölçüdə olan dörd hissədən ibarətdir. Hər bir hissə defis və ya boşluq ilə ayrılır (məsələn: ISBN 9952-39-447-0 və ya 9952 39 447 0).

ISBN rəqəmləri hansı mənanı daşıyır?

ISBN-in dörd hissəsi aşağıdakı kimidir:

1. *Qrup və ya ölkə göstəricisi* nəşirlərin milli və ya coğrafi qruplaşmasını müəyyən edir.

2. *Nəşriyyat göstəricisi* qrup daxilində hər hansı bir nəşriyyatı müəyyən edir.

3. *Titul göstəricisi* nəşriyyatın hər hansı bir nəşrinin adını (titulu-nu) müəyyən edir.

4. *Yoxlama rəqəmi* ISBN-nin etibarlı olduğunu bildirir.

Yoxlama rəqəmi necə hesablanır?

ISBN-in rəqəmlərini ardıcıl olaraq sondan əvvələ nömrələyirik.

Məsələn, ISBN 9952-39-447-0 olarsa: $9_{10} 9_9 5_8 2_7 3_6 9_5 4_4 4_3 7_2 0_1$. Bu rəqəmin öz nömrəsinə hasilinin cəmini tapırıq, yeni $9 \cdot 10 + 9 \cdot 9 + 5 \cdot 8 + 2 \cdot 7 + 3 \cdot 6 + 9 \cdot 5 + 4 \cdot 4 + 4 \cdot 3 + 7 \cdot 2 + 0 \cdot 1 = 330$. Tapdığımız ədədin 11-ə tam bölünməsi ISBN-in doğru olduğunu göstərir. Yoxlama rəqəmi bu prinsip əsas tutularaq hesablanır.

Nəyə görə bəzi ISBN-lər "X" ilə qurtarır?

Yoxlama rəqəmi 10 olduqda X Rum rəqəmi yazılır.

Yeni adda nəşr yeni ISBN tələb edirmi?

Bəli, yeni adda kitab çap edərkən yeni ISBN-dən istifadə olunmalıdır.

Kitab yenidən nəşr edilir. Bu, yeni ISBN tələb edirmi?

Mətnin əsaslı dəyişməsi ISBN tələb edir. Bu halda kitabın yenidən nəşr olunduğu göstərilməli və nəşr məhsulu yeni ISBN-lə çap edilməlidir.

Mətn dəyişiklikləri olmadan kitabın və ya cildin yenidən çapı yeni ISBN tələb edirmi?

Xeyr, əvvəlki nömrə saxlanılır.

Marketing məqsədi üçün kitabı yeni ISBN almaq olarmı?

Xeyr, çünki ISBN-in müəyyən etdiyi mətn, format və ya cild dəyişikliyi yoxdur.

Kitab yenidən çap edilir və kitabın qiyməti dəyişir. Yeni ISBN-ə ehtiyac varmı?

Xeyr, qiymətin dəyişməsi yeni ISBN tələb etmir.

Kitab yeni adla nəşr edilirsə, yeni ISBN tələb olunurmu?

Bəli, yeni ad yeni ISBN tələb edir.

Əgər bir nəşriyyat kodu ilə verilən bütün nömrələr istifadə edilib tükənmişdirsə, nə baş verir?

Daha çox nəşri əhatə edən əlavə bir kod da verilir.

ISBN verilmiş kitab çap olunmuş və bir daha çap edil-məyəcəkdir. Həmin ISBN-dən yenidən istifadə etmək mümkündürmü?

Xeyr, ISBN hər hansı bir titulun, onun nəşrinin və cildinin daimi göstəricisidir. Təkrar çap olunmasa da, yəqin ki, həmin kitab kitab-xanalarda və kataloqlarda hələ də vardır.

Kitab bir neçə cildə nəşr edilir. Bir ISBN yetərmi, yoxsa hər bir cild yeni ISBN tələb edir?

Qaydalardan görüldüyü kimi, bir dəstə bir ISBN, hər bir cildə isə ayrı-ayrılıqda ISBN vermək lazımdır.

Bir neçə adda silsilə nəşr edilir. Nəşriyyat ISBN, yoxsa ISSN almalıdır?

Silsilə nəşr üçün ISSN, hər bir cild üçün isə ISBN alınmalıdır.

ISBN-i kim təyin edir?

ISBN-i Berlində yerləşən ISBN Agentliyi Mərkəzi təyin edir. Ayrı-ayrı ölkələrdə bu mərkəzin əlaqələndirdiyi Milli ISBN Agentlik-ləri fəaliyyət göstərir. Xəzər Universiteti Nəşriyyatı Azərbaycan Respublikası Milli ISBN Agentliyi kimi ISBN-i ölkə daxilində yaymağı öz öhdəsinə götürmüşdür.

ISBN-i almaq kimlər üçün daha münasibdir?

Naşirlər, audio və video kaset istehsalçıları, kompüter proqram-ları istehsalçıları, muzey və nəşriyyat proqramları olan assosiasiy-alar və s.

ISBN-dən niyə istifadə edilir?

ISBN almaq nəşir və ya kitab satıcısının maraq dairəsindədir. Çünki onlara kitabları satmaq lazımdır. Əgər kitab ISBN-lə yayıl-mayıbsa, çap olunmuş nəşrlər siyahısında adı yoxdursa, onun dünya kitab bazarına çıxmağ ehtimalı azdır.

10 rəqəmli nömrə nəşriyyatı bibliografik materialların təkrarlan-masından xilas edir. Həmçinin nəşriyyat öz məhsullarını ixrac et-mək fikrindədirsə, ISBN olmasa, bu çap məhsulları Beynəlxalq ka-taloqlara düşməkdən məhrum olur.

ISBN infrastruktur qurmaq və başqa ölkələrə çıxmaq üçün ideal bir vasitədir.

Azərbaycanda ISBN-i necə almaq olar?

ISBN almaq üçün nəşriyyat və ya fiziki şəxs:

- Öz çap məhsulu üçün ISBN almaq istədiyini rəsmi şəkildə məktub və ya faksla bildirir;

- ISBN Tələbnamə Formasını alır, sonra həmin formanı doldurub faks və ya poçtla Milli ISBN Agentliyinə geri göndərir;

- Doldurulmuş ISBN Tələbnamə Formasını aldıqdan sonra Milli ISBN Agentliyi ISBN xidmətlərinin haqqını ödəmək üçün nəşriyyata, yaxud fiziki şəxsə hesab-fakturasını göndərir.

Xidmət haqqını ödədikdən sonra, iki iş günü ərzində nəşriyyat ya fiziki şəxs ISBN-in uyğun nəşriyyat kodu ilə təmin olunur.

Azərbaycanda ISBN-i necə qeydə almaq olar?

Nəşriyyat Milli ISBN Agentliyinin məlumatlar bazasına yazılı hesabat verməlidir (Forma II). Milli ISBN Agentliyinin müxtəlif biblioqrafik nəşrlərində çap məhsullarının siyahısı dərc ediləcəkdir.

ISBN almaq neçəyə başa gəlir?

ISBN nömrələri almaq üçün xidmət haqqı barəsində məlumat ISBN Tələbnamə Formasında göstərilir (Forma I).

ISBN aldıqdan sonra nəşriyyat nə edir və o, harada göstərilməlidir?

ISBN titul səhifəsinin sol hissəsində (müəlliflik hüququ xəttinin aşağısında) və arxa cildin aşağı hissəsində çap edilməlidir. ISBN-i titul səhifəsinin solunda çap edərkən aşağıdakı sözlər yazılmalıdır:

Azərbaycan Respublikası Milli ISBN Agentliyi
Xəzər Universiteti Nəşriyyatı,
Məhsəti 11, Bakı 370096

Nəşriyyat ISBN-i harada və necə qeydiyyatata almalıdır?

Nəşriyyat ISBN aldıqdan və onu nəşr üçün istifadə etdikdən sonra ISBN-i qeydə almaqdan ötrü İstifadə Olunmuş ISBN-lər Formasını doldurub, ISBN-lə çap edilmiş kitabın 3 nüsxəsi ilə birlikdə Milli ISBN Agentliyinə göndərməlidir. Azərbaycanda qeydə alınmış

ISBN-ləri məlumat bazasına daxil etmək Milli ISBN Agentliyinin öhdəsinə düşür. Əldə edilmiş məlumatlar vaxtaşırı Berlinə - ISBN Agentliyi Mərkəzinə göndərilir. Bu məlumatlar müxtəlif formalarda olur (məsələn: hesabat, bibliografik nəşrlər və s.).

NƏŞRİYYAT-POLİQRAFİYA TERMİNLƏRİ LÜĞƏTİ

Təqdim olunan lüğət qlossari - terminoloji izahlı lüğət xarakteri daşıyır. Azərbaycanda nəşriyyat mütəxəssislərinin leksikonuna daxil olmuş bir sıra rus sözləri və onların mümkün qarşılığı da lüğətdə öz əksini tapmışdır. Nəşriyyat işi üzrə ingilisdilli ədəbiyyatın oxucularına kömək məqsədilə tərtibçilər bir sıra terminlərin ingilis dilindəki qarşılığını da verməyə çalışmışlar.

“Jurnalistika terminləri lüğəti”ndən istifadəyə icazə verdiyinə görə “Naşir” Birliyi həmin lüğətin tərtibçisi Rəhimağa İmaməliyevə öz minnətdarlığını bildirir.

A

A FORMATLARI. Beynəlxalq kağız formatı standartı. Ən böyük ölçüsü 4A (1682x2378 mm), ən kiçik ölçüsü A10 (26x37mm) sayılır. Ofislərdə, kargüzərliqda A4 formatlı (210x297 mm) kağız vərəqələrindən geniş istifadə olunur.

ABBREVIATURA. Sözlərin ilk hərflərindən və ya qısaldılmış hissələrindən formalaşdırılan ad, söz (Məsələn, Bakı Dövlət Universiteti - BDU).

ABRİS (*Keyline*). Çoxrəngli orijinalın çalar və rəngli hissələrinin hüdudlarını müəyyən edən təsvir. A. hərfi mənada çevrə, kontur deməkdir.

ABZAS. Mətnin iki qonşu sətirbaşı arasındakı məzmunca bağlı hissəsi. Bir və ya bir neçə cümlədən ibarət ola bilər.

ABZAS BOŞLUĞU. Abzasın ilk sətirini müəyyən edən, onun sol kənarında buraxılan boşluq. Sətirbaşı.

AÇIQCA. Bir və ya hər iki tərəfdən çap olunmuş vərəqə nəşri. Reklam və ya təbrik təyinatlı ola bilər.

AFİŞA. Hər hansı mədəni tədbir haqqında əvvəlcədən xəbər verən, müxtəlif yerlərdə yapışdırılmaq üçün nəzərdə tutulmuş bir vərəqli reklam və ya məlumat nəşri.

AKADEMİK NƏŞR. Şərhlər və digər soraq məlumatı ilə təchiz edilmiş elmi üslublu nəşr.

AKKORD ÖDƏNC. Müqaviləyə müvafiq qonorarın tam ödənilməsi.

ALBOM. Əsasən illüstrasiyalardan (foto, rəsm əsərlərindən) ibarət olan kitab. Adətən illüstrasiyalar izah mətni ilə müşayiət olunur.

ALBOM ÖLÇÜSÜ (*Landscape*). Kağızın eninə orientasiyasını nəzərdə tutan ölçü göstəricisi. Eni hündürüyündən çox olan nəşr formatı.

ALMANAX. Müəyyən əlamət üzrə toplanmış ədəbi-bədii və ya elmi-kütləvi əsərlərdən ibarət topla, dövrü nəşr.

ANNOTASIYA. Əsərin (nəşrin) qısa icmalı. Titulun arxa səhifəsində verilir. Kitab kataloqunda yerləşdirmək üçün istifadə olunur.

ANTI-ALİEYZİNQ (*Anti-aliasing*). Şaquli və üfüqi xətlər kompüter ekranında düz görünür, lakin başqa formalı xətlər, piksellər dördkünc formada olduğundan, pilləkənəbənzər effekt yaradır. Anti-alieyzinq məhz belə effekti hamarlamaq üçün istifadə olunur. Bu, həmin xəttin sərhəddində orta piksellər yaradılması hesabına əmələ gəlir.

ANTOLOGİYA. Müxtəlif müəlliflərin seçilmiş əsərlərindən və ya folklor nümunələrindən ibarət şer və ya nəsr məcmuəsi, qeyri-dövri topla. İlk A.-nı qədim yunan şairi Meleaço (e.ə. 60), Azərbaycanda isə H.Ə.Qayıbov ("Azərbaycanda məşhur olan şüəranın əşarına məcmuədir"; 4 cildə) tərtib etmişlər.

ASENDER. Bəzi hərflərə xas olan şriftin yuxarı çıxma elementi. Məsələn, "h" hərfinin asenderi var, "o" hərfinin isə yoxdur. Bax: həmçinin DESENDER.

ASILİ SƏTİR. Səhifənin yuxarisında və ya aşağısında aid

olduğu abzasdan ayrı qalmış, tərtibata xələl gətirən tək sətir. Bax: yetim sətir, dul sətir.

ATLAS. Müxtəlif obyektlərin, ərazilərin topoqrafik və ya foto təsvirlərindən (xəritə, çertyoj, şəkil və s.) ibarət, tədris və ya təcrübə məqsədlərinə xidmət edən albom.

AVANTİTUL. Titul səhifəsindən əvvəl gələn, nəşrin bəzi buraxılış məlumatları qeyd olunan səhifə.

AVTOQRAF. 1. Müəllifin orijinal əlyazması. 2. Bir şəxsin öz xətti ilə imzası, xatirə yazısı.

AVTONİM. Təxəllüslə yazan müəllifin həqiqi adı.

AVTOREFERAT. Nəşr növü, elmi əsərin müəllifi tərəfindən yazılmış xülasəsi. Broşür formasında olur. Həcmi və formatı elmi dərəcələrin verilməsi üzrə müvafiq orqan tərəfindən təsdiq olunur.

B

B FORMATLARI. Beynəlxalq kağız formatı standartı. Ən böyük ölçüsü 4B (2000x2378 mm), ən kiçik ölçüsü B5 (176x250 mm) sayılır.

BAYT. Kompüterdə informasiyanın həcmi göstərən vahid, işarə.

BASMA. Vərəqin printer vasitəsilə və ya poliqrafiya üsulu ilə çapı.

BAŞLIQ, YARIMBAŞLQ. Əsərin struktur vahidlərinin adları.

BESTSELLER. Böyük tirajla nəşr olunan və tez satılan kitab.

BİBLİOQRAFİK GÖSTƏRİCİLƏR. Nəşrin əsas buraxılış məlumatları.

BİBLİOQRAFİK MƏLUMAT KİTABI. Ölkədə müəyyən dövr ərzində çıxmış kitabların adlarını və əsas buraxılış məlumatlarını ehtiva edən nəşr.

BİBLİOQRAFIYA. 1. Nəşrlərin uçot və qeydini aparan, onları sistemləşdirən fəaliyyət növü, elm sahəsi. 2. Kitabın yazılmasında istifadə olunan və ya onun mövzusunda yaxın əsərlərin siyahısı. Adətən kitabın sonunda verilir.

BİQ. Bax: QAT.

BİQOVKA. Bax: QATAÇMA

BİMETAL FORMALAR. Ofset çapında istifadə olunan, üzərinə

işığa həssas kimyəvi qat çəkilməmiş metal lövhələr.

BİT (*Bit*). *Binary digit* (ikili rəqəm) söz birləşməsinin ixtisarı. Kompüter sistemində informasiyanın ölçü vahididir. 8 bit bir bayt sayılır.

BLOK. 1. Kitab bloku - nəşrin çap vərəqlərinin qatlamadan sonra cildlənməyə hazırlanmış dəsti. 2. Mətn bloku - illüstrasiyalar çox olan səhifələrdə mətn olan hissələri illüstrasiya hissəsindən ayırmaq üçün işlədilən ifadə.

BLOK YERDƏYİŞMƏSİ (*Block move*). Faylın içində mətnin hər hansı bir hissəsini bir yerdən digər yerə keçirmə əməliyyatı.

BOŞLUQ. Mətn blokları, mətnlə illüstrasiya və ya mətnlə şaquli düzlənmə xətti arasında olan boş sahə. Sətirbaşı üçün saxlanılan sahə də belə adlanır.

BOŞ SAHƏ (*Margin*). Səhifələrdə çap edilməyən ağ yer. Adətən səhifənin dörd boş sahəsi olur: yuxarı ("başlıq"), aşağı ("quyruq"), xarici (kəsimə gedən hissə) və daxili (kötük tərəf). İllüstrasiyaların kəsimə getdiyi səhifələrdə bu prinsip pozulur. B.S. ölçüsü mətn blokunun sahəsindən asılıdır.

BRAYL ÇAPI (*Braille*). Korlar üçün kitab və jurnalların hazırlanmasının poliqrafiya üsulu. 1825-ci ildə fransız pedaqoqu Lui Brayl ixtira etmişdir. Azərbaycanda 1938-ci ildən tətbiq edilir.

BRİLYANT. Keçli üç punkta bərabər ən kiçik şrift. Hazırda, demək olar ki, işlədilmir.

BROŞÜR. Həcmi 4 səhifədən çox, amma 48 səhifədən artıq olmayan, sancaqla tikilən yumşaq üzlüklü nəşr.

BROŞÜRLƏMƏ. Çap olunmuş vərəqləri qatlama, dəstləmə və tikmə yolu ilə cildləməyə hazırlamaq.

BUKLET. Bir vərəqədə çap olunan və bir neçə paralel səhifəyə qatlanan çap məhsulu. Təyinatına görə reklam-informasiya nəşri sayılır.

BÜLLETEN. 1. Müəyyən bir hadisəyə dair qısa məlumat verən nəşr (Məsələn, hava bülleteni). 2. İnformasiya agentliklərinin, elmi institutların və s. mətbu orqanı olan dövrü nəşr.

C

CİLD. Bax: ÜZLÜK.

CİLDLƏMƏ (*Binding*). Kitab blokunun üzlüklə birləşdirilməsi. Kitab istehsalı prosesində son mərhələ.

Ç

ÇAP VƏRƏQİ. Nəşrin səhifələrinin çapı üçün poliqrafiyada istifadə olunan kağız vərəq. Müxtəlif standart ölçülərə malik olur ki, onlara nisbətə nəşrin formatı müəyyən olunur.

ÇİTKA. Bax: TUTUŞDURMA. Orijinalın mətni ilə yığılmış mətnin yoxlanması.

D

DANIŞIQ KİTABÇASI. Ümumməişət leksikasından ibarət, xarici dildə ünsiyyətə xidmət edən iki və ya çoxdilli lüğət.

DEFİS. İki söz və ya sətirdən sətirə keçirərkən hecalar arasında qoyulan qısa orfoqrafik işarə - üfüqi xətt.

DEKORATİV ŞRİFTLƏR. Xüsusi cizgilərlə bəzədilmiş bədii şrift qarniturları. Məsələn, *Whimsy*, *Arriba*, *Bergell* şriftlərini göstərmək olar.

DESENDER (*Descender*). Hərfin sətir xəttindən aşağıya uzanan hissə. Şriftin aşağı çıxma elementi. Məsələn, "p" hərfinin desenderi var, lakin "o" hərfinin yoxudur.

DƏNƏVƏRLİK (*Resolution*). Kompüter ekranının ibarət olduğu piksellərin sayı.

DƏRİN ÇAP. Formanın çap elementləri boşluq elementlərindən aşağı olan çap növü.

DƏRSLİK. Tədris proqramına uyğun olan, öyrənilməsi və tədrisi üçün rahat nəql formasında yazılmış və tərtib olunmuş, metodik-pedaqoji aparata malik, müvafiq orqan tərəfindən tədris ocaqları üçün təsdiq olunmuş nəşr.

DƏRS VƏSAİTİ. Dərsləyi tamamlayan və ya onun mənimsənilməsinə yardım edən, tədrisi icbari sayılmayan nəşr.

DƏSTLƏMƏ (*Collection/gathering*). Broşürləmə əməliyyatı, kitab blokunun komplektləşdirilməsi, çap vərəqlərinin ardıcıl olaraq üst-üstə yığılması.

DİAQRAM. Müxtəlif kəmiyyətlər arasındakı nisbəti göstərən

qrafik təsvir; nəşrlərdə illüstrasiya növü.

DİAPOZİTİV (*Slide/transparensy*). Şəffaf material üzərinə həkk olunmuş pozitiv təsvir. Çap formalarının hazırlanması üçün istifadə olunur.

DİZAYN. Bax: TƏRTİBAT.

DOKUMENT (*Document*). Məzmunu mətn, yaxud şəkildən ibarət olan fayl.

DÖVRİ NƏŞR. Müəyyən vaxt intervalı ilə çıxan, bir formada tərtib edilmiş, nömrələnmiş, tarixlənmiş, eyni başlığı olan nəşr. Formasına, dövriyyəsinə və məzmununa görə müxtəlif olur.

DPI (*Dots per inch*). Bir düymədə nöqtələrin sayı. Rastrlı təsvirlərin alınması üçün printerlərin basma keyfiyyətini xarakterizə edən göstəricidir.

DUL SƏTİR. Abzasın birinci sətirinin qalan sətirlərdən ayrılaraq səhifənin sonunda tək yerləşməsi. Bax: ASILI SƏTİR.

DURĞU İŞARƏLƏRİ. 1) İfadələrin, cümlələrin müxtəlif elementlərini bir-birindən ayırmaq üçün işlədilən qrafik işarələr.

E

EKSPLİKASIYA (*Key*). Xəritə, şəkil, sxemlərdə rəmzi və şərti işarələrin mənasını izah edən mətn.

EKTİPOQRAFIYA. Korlar üçün qabarıq çap.

ELMİ-KÜTLƏVİ NƏŞR. Elm, mədəniyyət və texnika sahəsində nəzəri və ya təcrübi araşdırmalar haqqında məlumatlardan ibarət olan, populyar nəql formasına malik, qeyri-mütəxəssis oxucuya ünvanlanan aydın tərzdə yazılmış nəşr.

ELMİ NƏŞR. Nəzəri və ya təcrübi araşdırmaların nəticələrindən ibarət nəşr.

ENSİKLOPEDİK LÜĞƏT. Materialları daha yığcam olan və əlifba sırası ilə yerləşən ensiklopediya.

ENSİKLOPEDIYA. Müəyyən bir sahəyə və ya bütün elm və əməli fəaliyyət sahələrinə dair sistemli və yığcam məlumat verən, materialları əlifba sırası ilə və ya başqa prinsiplə sistemli şəkildə tərtib edilmiş elmi, elmi-kütləvi nəşr.

Ə

ƏLAVƏ. 1. Nəşrin çapa hazırlandığı prosesdə müəllifin, tərcüməçi və ya redaktorun təqdim etdiyi yeni mətn. 2. Elmi, tədris və s. kitabların sonunda mətni tamamlayan və izah edən material (rəsmi sənədlər siyahısı, cədvəllər və s.).

ƏLİFBA. 1. Səslerin yazıda işlədilməsi üçün istifadə olunan hərflərin, yaxud hecalı işarələrin məcmusu. 2. Hər hansı dildəki hərfləri öyrədən, azyaşlı uşaqlar üçün nəzərdə tutulmuş dərslik.

ƏLYAZMA. Müəllif tərəfindən yazılmış əsərin nəşriyyat prosesləri keçməmiş ilkin forması.

ƏLYAZMA KİTAB (*Manul script*). Qədim və orta əsrlərdə xəttatlar tərəfindən üzü çıxarılan kitablar.

ƏLYAZMA ŞRİFT (*Script*). Bu cür şriftlər, adından da görüldüyü kimi, əl yazısına oxşayır və əlyazmanı imitasiya etmək üçün işlədilir. Onlardan mətnə əlyazma və kalliqrafik effekt vermək üçün istifadə olunur. Belə şriftlərə *Nuptial Script*, *Boulevard*, *Signature* kimilərini misal göstərmək olar.

F

FALSOVKA. Bax: QATLAMA.

FƏSİL. Əsərin struktur vahidi, məzmunca bağlı müstəqil bölməsi.

FOLQA (*Foil*). Zər vərəq. Təsvirin kitabların üzlüyünə köçürülməsi üçün poliqrafiyada işlədilən material. Əsasdan (şəffaf plyonka və s.) və üzəri zər tozu, yaxud quru boya ilə örtülmüş parafinli quruntan ibarətdir.

FORZAS (*Endpaper*). Kitabın blokunu üstlüklə birləşdirən kağız vərəq. Cild və kitab blokunun kənarları arasında yerləşir. Forzas eyni zamanda kitabın tərtib elementlərindəndir. Tərtibinə görə sadə, tematik (süjetli) və dekorativ-ornamentli ola bilər.

FRONTİSPİS. Titulun yanında, sol səhifədə verilən şəkil (kitabın fəslə başlanan səhifəsinin üstündə də verilə bilər). Müəllifin, yaxud əsərin həsr olunduğu xadimin portreti frontispis yerinə verilə bilər.

G

GÖSTƏRİCİ (*Index*). Kitabın mətni ilə bağlı əlifba sırası ilə və ya xronoloji qaydada sistemləşdirilmiş soruq məlumatı. Əsasən kitabın sonunda yerləşdirilir. Təyinatına görə predmet və ad göstəriciləri olur. Predmet göstəricisi əsərdə işlədilmiş termin haqqında məlumatın verildiyi səhifə nömrəsini, ad göstəricisi isə adın (şəxs adları, coğrafi adlar və s.) yerləşdiyi səhifə nömrəsini göstərir.

H

HAŞİYƏ (*Ootnote*). Mətnə istifadə olunmuş bu və ya digər məxəzi göstərmək məqsədilə səhifənin aşağı hissəsində verilən mətn. Adətən kiçik şriftlə yığılır. Mətnə aid olduğu hissənin sonunda ulduz işarəsi və ya rəqəm qoyulur.

“**HAVA**”. Sərlövhələr, mətn, cədvəl, illüstrasiya və səhifədəki başqa elementlər arasındakı boş sahə (boşluq). Materialı yaxşı qavramağa, sərlövhələri ayırd etməyə və s. kömək edir.

HƏRFİ TƏRCÜMƏ. Sintaktik və məntiqi əlaqələri nəzərə alınmadan sözlərin mexaniki tərcüməsi. Bax: həmçinin KALKA.

X

XÜLASƏ (*Summary*). Əsərin məzmununun qısa şərh, nəticəsi, kitab aparatının komponentlərindən biri. Kitabın sonunda, çox zaman bir neçə dildə verilir.

i

İLLÜSTRASIYA. Nəşrdə mətni izah edən, tamamlayan, daha yaxşı qavranılmasına kömək edən təsvir - rəsm əsəri, fotosəkil, cədvəl, diaqram və s. Müstəqil informasiya və ya dekorativ element xarakteri də daşıya bilər.

İLLÜSTRASIYA MATERIALLARI. Nəşr məhsulu üçün müəllif, rəssam və ya fotoqraf tərəfindən hazırlanan müxtəlif xarakterli əyani materiallar.

INTERLİNYAJ (*Leading*). Sətirlərarası məsafə.

İSNAD (*Referense*). Bu və ya digər nəşrin başqa səhifəsinə, fəslinə, termininə baxılması oxucuya tövsiyə edilən qeyd.

İTALİK. Bax: KURSİV.

J

JURNAL (*Magazine*). Dövri mətbuat növü. Həftəlik, aylıq, rüblük və s. ola bilər. Qəzetdən fərqli olaraq cildlənir, dəftər və ya yumşaq cildli kitab şəklində olur. Ən geniş yayılmış formatları: 60x84 1/8, 70x90 1/8, 84/108 1/16.

K

KALKA. 1. Hər hansı təsvirin surətini çıxarmaq üçün istifadə olunan şəffaf kağız. 2. Frazeoloji söz birləşməsinin başqa dilə hərfi tərcüməsi.

KANT. Kitab üzlüyünün blokun ölçüsündən kənara çıxan hissəsi.

KAPTAL (*Tailband*). Qalın blokların (10 mm-dən çox) kötüyünün uclarına yapışdırılmış ağ və ya bəzəkli lent parçası. Blokun kötüyü ilə üzlük qapağı arasında qalan məsafəni gizlətmək üçün işlədilir.

KARTON (*Board*). Poliqrafiyada işlədilən, çəkisi 220 qramdan çox qalın və möhkəm kağız fabrikat. Çəkisinə, qatlarının sayına, quruluşuna və örtüyünə görə müxtəlif növləri var.

KATALOQ. Nəşriyyat və ya nəşriyyatlar birliyi tərəfindən müəyyən vaxt ərzində buraxılmış nəşrlərin siyahısından, buraxılış məlumatlarından və annotasiyasından ibarət soraq-məlumat kitabı.

KEGL. Şriftin ölçüsü. Qarniturdakı baş hərfin yuxarı səthindən sətir hərfinin aşağı çıxma elementinin (desenderin) oturma xəttinə qədər olan məsafə. Punktla ifadə olunur. Əvvəllər hərflərin töküldüyü metal blokların ölçüsünü nəzərdə tuturdu

KERNİNG (*Kerning*). Hərflərdən asılı olaraq onlar arasındakı məsafənin tənzimlənməsi. Mətnin gözəl görünməsi və yaxşı qavranılması üçün bəzi hərflər arasındakı məsafə böyük, digərlərində kiçik ola bilər.

KƏSİM. Dəstlənmiş kitab blokunun kənarlarının kəsilməsi.

KƏSİMƏ GEDƏN ŞƏKİL. Mətn blokundan kənara çıxaraq səhifənin boş sahəsini də tutan, blokun kəsimi zamanı müəyyən qədər kəsiləcəyi nəzərdə tutulan illüstrasiya, təsvir.

KİTAB. Həcmi 48 səhifədən artıq, müəyyən formata malik olan, yumşaq və ya qalın cildli qeyri-dövri nəşr.

KİTAB BLOKU (*Book block*). Komplektləşdirilmiş, tikilmiş və işlənmiş kitab nüsxəsi vərəqlərinin kitabdüzəltmə prosesinə verilməsi.

KİTAB SƏRGİSİ (*Book fair*). Kitab marketinqinin formalarından biri. Tanışlıq, reklam və s. məqsədi ilə nəşriyyatların bir yerdə öz kitablarını nümayiş etdirməsi. Stasionar, səyyar, daimi, müvəqqəti, tematik və çoxmövzulu sərgilər var.

KLAVİATURA. Kompüter sisteminə əmr və məlumatları daxil etmək üçün düymələrdən ibarət lövhə.

KLİPART (*Clipart*). Müvafiq yerdə işlətmək üçün şəkillər toplusu. Belə toplulardan reklam materiallarında çox istifadə olunur. Adətən disk şəklində buraxılan klipartlar qrafik proqramlarda geniş istifadə olunur.

KLIŞE. Sonradan kağız və ya başqa material üzərində çap etmək üçün müxtəlif bərk materiallar (metal, taxta, plastik) üzərində oyulan təsvir. Reproduksiya edilən orijinalın xarakterindən asılı olaraq jizgili və rastrlı (avtotip) klişelər hazırlanır.

KOLONSİFRA. Bax: SƏHİFƏ NÖMRƏSİ.

KOLONTİTUL (*Running head*). Səhifələrin yuxarisında təkrarlanan başlıq.

KONTRAST. Rəsmın, fotonun ən açıq və tünd sahələri arasında optik qatılığın intervalı.

KONTRTİTUL. Bəzi nəşrlər üçün tətbiq edilən xüsusi titul səhifəsi. Əsasən tərcümə nəşrlərində orijinal nəşr haqqında və ya serial nəşrlərdə ümumi seriya haqqında məlumat yerləşdirmək üçün titulun sol tərəfində (cüt səhifədə) verilir.

KONTUR. Təsvirin hüdudlarını təyin edən xətt, cizgi.

KORREKTOR (*Proofreader*). Yığılmış mətni oxuyan, buraxılmış orfoqrafik-imla səhvlərini düzəldən (təshih edən) nəşriyyat, redaksiya işçisi, müsəhhih.

KORREKTURA (*Correction*). Mətnin yığıcı zamanı buraxılmış

orfoqrafiya-ımla səhvlərinin düzəldilməsindən ibarət nəşriyyat prosesi. Hər yeni düzəliş ondan əvvəlki korrekture nüsxələrinin əsasında edilməklə bir neçə mərhələdən ibarət olur. Səhifələmə prosesindən sonra da korrektureya ehtiyac olur.

KORREKTURA İŞARƏLƏRİ. Müxtəlif yığım və səhifələmə qüsurlarını göstərmək və aradan qaldırmaq üçün beynəlxalq nəşriyyat işində qəbul olunmuş xüsusi işarələr.

KÖTÜK (*Spine*). Nəşrin üzlüyünün ön və arxa tərəflərini birləşdirən hissə.

KURSİV (*Italic*). Cizgilərinin sağa meyilli təxminən 15° olan şrift. Yığım zamanı sözün (mətnin) seçilməsi üçün işlədilir.

KURSOR. Klaviaturadan daxil olan məlumatların yazılacağı yeri göstərən, ekranda sönüb-yanan kiçik xətt.

KUSTODA. Müasir lüğət, ensiklopediya nəşrlərində səhifədəki ilk və son sözün kolontitul yerində təkrarlanması. Məqsədi oxucu üçün kitabdan istifadəni asanlaşdırmaqdır.

KÜLLİYYAT. Bir və ya bir neçə müəllifin əsərlərinin tam və ya çox hissəsindən ibarət qeyri-dövri nəşr.

Q

QARNİTUR (*Typeface*). Eyni dizaynı şrift dəsti. Dəstə yalnız hərflər deyil, rəqəmlər, durğu işarələri, müxtəlif simvol və nişanlar da daxildir. Qarniturların öz adları olur - Arial, Helvetica, Times və s.

QAT. Kitab üzlüyünün qatlanmış yeri. Çap vərəqinin nəşrin ölçüsünə müvafiq qatlanma xətləri.

QATAÇMA. Qalın kağızın və ya kartonun qatlanmasını asanlaşdırmaq üçün küt alətlə qatın yaradılması. Bu əməliyyat daha çox kitab üzülükünün asan açılması üçün icra edilir - üzlüyün kötüyə yaxın hissəsində şaquli qat açılır.

QATLAMA. Broşürləmə prosesinin mərhələlərindən biri. Çap vərəqinin nəşrin ölçüsünə müvafiq bir və ya bir neçə dəfə qatlanması.

QƏZET. Qısa vaxt intervalı ilə çıxan, müxtəlif formatlara malik, bir və ya bir neçə çap vərəqindən ibarət informasiya xarakterli dövri nəşr.

QLOSSARİ (*Glossary*). Terminlər lüğəti. İkidilli, izahlı ola bilər.

QOŞA SƏHİFƏ (*Double spread*). Kitabın, jurnalın, qəzetin iki yanaşı səhifəsi. Qoşa səhifədə, adətən, qoşa titul, açıq titul, böyük ölçülü illüstrasiya və digər nəşr elementləri yerləşdirilir.

QOŞMA. Bax: ƏLAVƏ 2.

QRAVÜR (*Gravure*). Ağac, metal və digər bərk səthlərə köçürülmüş (həkk edilmiş) təsvir, ottisk (basma). Hündür çap və dərin çap qravürləri var.

L

LAK (*Varnish*). Poliqrifiya sənayesində işlənən parlaq tərkib; adətən parlaqlıq vermək və çirklənmədən qorumaq üçün çap olunmuş üzlük üzərinə çəkilir.

LAMİNASIYA (*Lamination*). Parlaq plyonkanın ottiskə yapışdırılması. Nəşrin bədii tərtibat vasitəsi kimi cildləmə işində də istifadə edilir. Sıxma xüsusi maşınlar vasitəsi ilə icra olunur.

LİDERİN. Cildləmədə işlədilən mətbəə materialı.

LİQATURA (*Ligature*). İki və ya üç hərfin arasında boşluq olmadan birləşdirilməsi.

LİNOTİP. Mətn yığımı üçün sətirtökən yığım maşını. 1884-cü ildə alman ixtiraçısı O.Mergentaler ixtira etmişdir. Yığım (nabor), tökmə və çeşidləmə aparatlarından ibarətdir

LİTOQRAFIYA (*Lithography*). Yastı çap növü; mətnin kimyəvi yolla hazırlanmış səthə köçürülməsi və ondan basma alınması üsulu. Çap forması litoqrafiya daşında, sink və alüminium lövhələri üzərində hazırlanır. 1798-ci ildə Almaniyaada A. Zenefelder tərəfindən ixtira edilmişdir, Azərbaycanda XIX əsrdən etibarən istifadə olunmağa başlayıb.

LÜĞƏT. Hər birinə aid məlumatlarla təmin edilmiş dil vahidlərinin (sözlər, söz birləşmələri, frazalar, terminlər, adlar, işarələr) əlifba sırası ilə nizamlanmış siyahısından ibarət nəşr. Müxtəlif növləri var: ikidilli, izahlı, terminoloji, orfoqrafik, ensiklopedik və s.

M

MAKET (*Dummy*). Nəşr olunacaq kitabın poliqrifiya-tərtibat

xüsusiyyətlərini özündə əks etdirən, printer və ya rəqəmli ofsetdə çap olunan ilk kitab nüsxəsi. Nəşrin elektron variantı ilə birgə mətbəəyə təqdim edilmək üçün hazırlanır.

METODİK TƏDRİS VƏSAİTİ. Müəyyən sahədə biliklərin şagirdlərə (tələbələrə) daha səmərəli öyrədilməsi üçün elmi-pedaqoji, metodik göstərişlərdən ibarət nəşr. Müəllim və pedaqoqlar üçün nəzərdə tutulur.

MƏTN BLOKU. Bax: BLOK 2.

MONOXROM. Bir boya ilə çap etmə.

MONOQRAFİYA. Bir problemin və ya mövzunun hərtərəfli aqlmasına xidmət edən elmi nəşr.

MONO-NƏŞR. Bir əsərdən ibarət nəşr.

MONTAJ. Nəşrin səhifələrinin çap kağızı ölçüsündə müəyyən ardıcılıqla yerləşdirilməsi. Kompüterdə və ya montaj stolunda icra edilir.

MÜƏLLİFLİK HÜQUQU. Hər hansı bir şəxsin əsərin müəllifi hesab edilməsi imkanının hüquqi cəhətdən təmin edilməsi.

MÜƏLLİF KOLLEKTİVİ. Əsərin yazılmasında iştirak etmiş müəlliflər qrupu.

MÜƏLLİF KORREKTURASI. Nəşriyyatda yığılmış mətnin müəllif tərəfindən yoxlanılması.

MÜƏLLİF NÜSXƏLƏRİ. Çap edilmiş əsərin nəşriyyat tərəfindən müəllifə pulsuz verilən nüsxələri. Sayı nəşriyyatla müəllif arasındakı razılaşmaya əsasən müəyyən olunur.

MÜƏLLİF VƏRƏQİ. Müəllif mətninin həcmi müəyyən etmək üçün istifadə olunan ölçü vahidi. Adətən 40 min işarəyə yaxın olur. Həmin həcm təxminən iki intervalla yığılmış 25 makina səhifəsinə və 11 punktlı yığılmış 60x90 1/16 formatlı nəşrin 16 səhifəsinə bərabər olur.

MÜQƏDDİMƏ (*Preface/foreword*). Nəşrin əsas mətnindən əvvəl gələn, müəllif, tərtibçi və ya redaktor tərəfindən yazılan izahat xarakterli giriş sözü.

MÜNDƏRİCAT (*Contents*). Nəşrdəki fəsilərin adlarını və səhifə nömrələrini göstərən hissə. Kitabın əvvəlində, yaxud sonunda verilir.

MÜNTƏXƏBAT. Tədris fənninin öyrəndiyi obyektin daha dərinlən mənimsənilməsi üçün elmi, bədii, tarixi və digər əsərlərdən və ya onların hissələrindən ibarət dərs vəsaiti.

N

NABOR (*Typesetting*). Bax: YIĞIM.

NAŞİR (*Publisher*). 1. Nəşriyyat sahibi. 2. Nəşri maliyyələşdirən şəxs, təşkilat.

NƏŞR (*Publication/edition*). Ehtiva etdiyi informasiyanın yayılmasına xidmət edən, redaksiya-nəşriyyat prosesləri keçmiş, poliqrafiya yolu ilə çoxaldılmış, buraxılış məlumatları olan çap məhsulu.

NƏŞR LAYİHƏSİ. Nəşrə təsdiq olunan, məzmunu və gələcək forması müxtəlif sənədlərdə əksini tapmış layihə.

NƏŞR PLANI. Nəşrə təqdim olunacaq kitab və onun müəllifi haqqında müfəssəl məlumatdan ibarət sənəd. Müəllif tərəfindən tərtib olunur.

NƏŞRİN FORMATI. Nəşrin çap vərəqinin formatına nisbətdə təyin edilən kəsimdən qabaqkı ölçüsü.

NƏŞRİN ÖLÇÜSÜ. Bütün istehsal proseslərindən keçmiş hazır nəşrin - kitabın, jurnalın və s. uzunluğu və eninin santimetrlərlə ifadə edilən xarakteristikası.

NƏŞRİYYAT (*Publishing company/ publishing house*). Müəllifə sifariş verməklə və ya başqalarının sifarişi əsasında dövrü və qeyri-dövrü nəşrlərin buraxılışını və satışını təşkil edən yaradıcılıq müəssisəsi.

NƏŞRİYYAT PROSESİ. Əsəri nəşrə hazırlamaq üçün icra edilən fəaliyyət növləri - yığım, korrektura, redaktə, tərtibat.

NƏZARƏT İŞARƏSİ. Çapın keyfiyyətinə nəzarət etmək məqsədilə çap formasında qoyulan işarələr - rəng şkalası, xaçabənzər işarə və s.

NONPAREL. Keçli 6 punkta bərabər şrift. Nadir hallarda əlavə informasiya materialı üçün işlədilir.

NOT KİTABI. Çox hissəsi musiqi əsərinin (əsərlərinin) not yazısından ibarət nəşr.

NÖQTƏVİ (RASTR) QRAFİKA (*Bitmap/Raster graphics*). Kompüter qrafikasında nöqtələrdən təşkil olunmuş şəkil. Hər bir nöqtə məlumat şəklində kompüterin yaddaşında saxlanılır. Ona görə də belə şəkillərin fayllarının həcmi vektor qrafikasına nisbətən böyük olur.

NÜSXƏ (*Copy*). Nəşr məhsulunun bir ədədi. Nüsxələrin ümumi sayı tirajı təşkil edir.

O

OBJİM. Bax: SIXMA.

OBREZ. Bax: KƏSİM.

OFSET ÇAPI (*Offset printing*). Yastı çap üsulu; çap boyası çap formasından ötürücü rezin (ofset) silindrə, ondan da kağız üzərinə verilir. Çap formaları əsasən bimetal lövhələrdən hazırlanır.

OFSET KAĞIZI (*Offset paper*). Ofset çapı üçün nəzərdə tutulmuş kağız növü. Rütubətə davamlılığı; möhkəmliyi, hamarlığı, az tozlanmağı ilə seçilir.

ORİJİNAL (*Original*). Müəllif mətninin, illüstrasiyaların və s. nəşriyyat proseslərindən keçməmiş ilkin variantı.

ORİJİNAL-MAKET. Bax: MAKET.

OTSTUP. Bax: BOŞLUQ (Back lining).

OTTİSK (*Print/reproduction*). Bax: BASMA.

Ö

ÖZÜÖTÜRƏN (*Automatic feeder*). Çap maşınlarında kağızı avtomatik surətdə maşına ötürən mexanizm.

P

PAGİNASİYA (*Page numbering/pagination*).

Bax: NÖMRƏLƏMƏ.

PANTON. Ofset çapında istifadə olunan rəng sistemi.

PERFORASİYA (*Perforations*). Kağız üzərində bir xətt boyu dəliklər şırımının açılması. Poçt markası, etiket, qoparılan təqvim və s. nəşrlərdə istifadə edilir.

PERQAMENT. Kağızın ixtirasından əvvəl əlyazma kitabların hazırlanması üçün ən çox istifadə olunan yazı materialı. Aşılarmış inək dərisindən hazırlanırdı. Adı ilk dəfə tətbiq edildiyi yerdən - e.ə. II əsrdə Kiçik Asiyanın Perqam şəhərinin adından götürülmüşdür.

PETİT. Keçli 8 punkta bərabər şrift.

PİKA (*Pica*). 1/6 düym ölçüsünə bərabər (12 punkt) ölçü vahididir.

PİKSEL (*Pixel - picture element*). Hərfi mənada - şəkil elementi. Kompüterdə təsvirin təşkil olunduğu istənilən nöqtə.

PİRATÇILIQ. Naşirin xəbəri və icazəsi olmadan nəşrin əlavə tirajının mətbəə tərəfindən hazırlanması və satışa verilməsi. Müəlliflik hüquqlarının pozulması növü.

PLAGİAT. Mənbəyi göstərilmədən hər hansı bir ədəbi əsərdən parçaların iqtibası. Müəlliflik hüququnun pozulması növü.

PLAKAT (*Poster*). İri formatlı, ekspozisiya üçün nəzərdə tutulmuş, müəyyən mövzuya həsr olunmuş təbliğat xarakterli nəşr.

POLE. (*Margin*). Bax: BOŞ SAHƏ.

POLİQRAFİYA (*Printing*). Naşir tərəfindən verilmiş maket əsasında nəşrin çoxaldılması, tirajının hazırlanması sahəsində ixtisaslaşan fəaliyyət növü.

PORTRET (*Portrait*). Kağızın uzununa orientasiyasını nəzərdə tutan göstərici. Yəni kağızın hündürlüyü enindən böyükdür.

POSTSKRİPT (*Postscript*). Lazer printerləri üçün *Adobe Systems* şirkətinin işləyib hazırladığı qrafik komanda dili. Belə printer çap edilmək üçün təkə simvolları deyil, həm də şriftlərin ölçüsünü dəyişən, xüsusi yerlərdə xətlər və dairələr çəkən əmrləri qəbul edir.

PRAKTİKUM. Keçilmişlərin mənimsənilməsinə kömək edən praktiki tapşırıq və misallardan ibarət tədris nəşri.

PREPRINT. Nəşrin əsas tirajından əvvəl müəyyən hissəsinin buraxılması.

PREYSKURANT. Mal və xidmətlərin qiymət və bəzən qısa xarakteristikası göstərilməklə sistemləşmiş siyahısından ibarət normativ istehsalat-praktika və ya məlumat nəşri.

PROSPEKT. Hər hansı şirkətin təklif etdiyi malların sistemləşdirilmiş siyahısından, bəzən onların təsvirindən ibarət məlumat və ya reklam nəşri.

PUNKT (*Point*). Ölçü vahidi, Düymün 1/72 hissəsi. 0,35 mm-ə bərabərdir. Şriftlərin və sətirlərarası məsafənin ölçüsünü qeyd etmək üçün istifadə olunur.

PUNKTUASIYA. Bax: DURĞU İŞARƏLƏRİ.

R

RASTR (*Halftone screen*). Təsvirin nöqtəli quruluşu. Nöqtələr

dairəvi və ya ellipsvari ola bilər. Bax: həmçinin PİKSEL.

RAZVOROT. Bax: QOŞA SƏHİFƏ.

REKLAM-ÇAP MƏHSULLARI. Malın, xidmətin, şəxsin və ya şirkətin reklamı məqsədilə nəşr edilən çap məhsulu. Bax: həmçinin BUKLET, PROSPEKT.

RƏSMİ NƏŞR. Dövlət təşkilatları, idarə və müəssisələri, ictimai təşkilatlar adından yayılan, normativ və direktiv xarakterli materiallardan ibarət nəşr.

S

SAMONAKLAD. Bax: ÖZÜÖTÜRƏN.

SELLÜLOZ. Kağız, karton istehsalı üçün xammal.

SANS SERİF. Çıxıntısız şrift növü. Belə şriftləri xarakterizə edən cəhət hərflərində yastı qısa çıxıntının olmamasıdır. Bu şrift növünə Geneva, Helvetica, Arial, Verdana kimi qarniturlar aid edilir.

SIXMA. Xüsusi preslərdə (dəzgahlarda) dəftərlərin, kitab blokunun sıxılması prosesi.

SISERO (*Cicero*). Keçli 12 punkta (4,51 mm) bərabər şrift. İlk dəfə Qədim Roma natiqi, yazıçısı və dövlət xadimi Mark Tulli Siseronun "Məktubları"nın nəşrində (Roma, 1467) tətbiq edilmişdir.

SERİF (*Roman*). Kərtikli (çıxıntılı) şrift növü. Bu növ şriftlər öz formalarını qədim Romada daş yonmaq üçün istifadə olunan alətdən götürmüşlər. Bu növü xarakterizə edən cəhət hərflərin aşağısında və yuxarısındakı yastı qısa ornament xətləridir.

SERİYA (*Series*). Məzmun və ya mövzuca bir-biri ilə bağlı müstəqil nəşrlər toplusu. Məsələn, "Görkəmli şəxsiyyətlər" seriyası.

SƏHİFƏ (*Page*). 1. Kitabın həcmnin ölçü vahidi, vərəqinin bir üzü. 2. Yığım və səhifələmə zamanı mətnin yerləşdirilməsi üçün əsas götürülən müəyyən ölçülü düzbucaq lövhə.

SƏHİFƏ NÖMRƏSİ (*Folio*). Nəşrin səhifələrində, mətn blokundan kənarında yerləşdirilən ardıcıl sıra nömrəsi. Səhifənin yuxarısında, aşağısında, nadir hallarda isə ortasında verilir.

SƏRLÖVHƏ. Əsərin, onun struktur vahidinin adı.

SƏTİR HƏRFLƏRİ (*Lower case*). Böyük (baş) hərflərdən

seçilən, əlyazması və nəşrin mətnini təşkil edən hərflər.

SNOSKA. Bax: HAŞIYƏ .

SORAQ KİTABI. Sistemli quruluşu olan, informasiya vahidləri əlifba sırası ilə düzülmüş, tətbiqi, praktiki xarakterli məlumat nəşri.

SPRAVOÇNIK. Bax: SORAQ KİTABI.

SSILKA. Bax: İSNAD.

SÜTUN (*Column*). Mətnin səhifədə şaquli istiqamətdə iki və daha çox hissəyə ayrılması. Sütunların sayı səhifənin ölçüsü və nəşrin xarakterindən asılıdır. Daha çox qəzet və jurnal nəşrlərində istifadə olunur.

SVERKA. Bax: TUTUŞDURMA.

Ş

ŞABLON (*Template*). Mətn və ya qrafik materialı yerləşdirmək üçün ölçü qeydləri edilmiş səhifə.

ŞAQLI DÜZLƏMƏ. Mətn blokunda sətirlərin şaquli istiqamətdə bərabər xətt boyu düzləndirilməsi. Dizayn ideyasından asılı olaraq sətirlər sağdan, soldan və ya hər iki tərəfdən şaquli düzlənə bilər.

ŞƏRH (*Outline*). Fikrin, illüstrasiyanın izahı, açıqlanması.

ŞMUSTİTUL. Fəslin titulu. Kitabın struktur vahidlərinin əvvəlində gələn, adi səhifələrdən xüsusi dizaynı ilə seçilən tək və ya qoşa səhifə.

ŞRİFT (*Fount*). Yazı sistemində işarələrin - hərflərin, rəqəmlərin, durğu işarələrinin və s. - qrafik forması.

Bax: həmçinin QARNİTUR.

ŞTRİX. Şriftin əsas qrafik elementi.

ŞTRİX-KOD (*Barcode*). Rəqəmli kassa aparatlarında kitabın qiymətini təyin etmək üçün kitab üzvlüyünün arxa tərəfinə (son səhifəsinə) çap olunan və ya yapışdırılan xüsusi alqoritmik işarə.

T

TƏRTİBAT. Kitabın elementlərinin ayrı-ayrılıqda və vəhdətdə bədii və texniki cəhətdən tərtibini nəzərdə tutan nəşriyyat prosesi.

TİRAJ (*Circulation*). Nəşr nüsxələrinin ümumi sayı.

TİRE (*Dash*). Çox zaman mötərizəni əvəz edən durğu işarəsi, üfûqi xətt. Defisdən uzun, mətndə istifadə olunan keqlin ölçüsü və ya onun yarısı boyda olur.

TİTUL (*Title*). Kitabın adı, müəllifi və nəşiri haqqında məlumat yerləşdirilən səhifə.

TONER. Lazer printerlərində çap üçün istifadə olunan xüsusi toz-rəng.

TUTUŞDURMA. Korrektura prosesi; yığılmış, yaxud korrektura olunmuş mətnin əvvəlki nüsxə ilə tutuşdurulub yoxlanması.

U

UYĞUNLAŞDIRILMIŞ MƏTN. Azhazırlıqlı oxucular, həmçinin uşaqlar üçün nəzərdə tutulmuş əsərin asanlaşdırılmış mətni. Əsasən, əcnəbi dillərin öyrənilməsində istifadə edilir.

ULDUZ. Haşiyə, isnad üçün istifadə olunan şrift, nişan.

Ü

ÜZLÜK (*Cover*). Kitab blokuna kötük tərəfdən birləşdirilən, blokun vərəqlərinə nisbətən daha qalın materialdan hazırlanan üz qabığı, cild. Hazırlanma texnologiyasına görə nömrələrlə təsnif olunur.

V

VAKANT. Kitabda boş səhifə (Məsələn, şmüstitulun arxa səhifəsi).

VEKTOR QRAFİKASI (*Vector graphics*). - *Adobe Illustrator*, *Corel DRAW* kimi proqramlarda yaradılan, nöqtələrdən deyil, riyazi düsturlara əsaslanan xətlərdən və əyrilərdən təşkil olunan şəkillər V.Q. yaradan kompüterin yaddaşında elementin parametrlərini göstərən (nöqtənin koordinatı, ölçüsü, rəngi və s.) rəqəmlər saxlanılır. Ona görə də belə qrafikanın ölçüsünü dəyişdikdə, onların pikselləri deyil, riyazi göstəriciləri dəyişir. Məntiqi olaraq, böyütdükdə də heç bir keyfiyyət itkisi və faylın həcmimin

əhəmiyyətli dərəcədə artması baş vermir. Belə şəkillər dənəvərlikdən asılı deyillər.

VERJE. İstehsal zamanı xüsusi mühafizə elementləri ilə (su işarəli naxışlarla) təchiz olunmuş kağız növü.

VƏRƏQ. 1. Nəşriyyat işi və poliqrafiyada çap məhsulunun və müəllif mətninin həcmi ölçmək üçün vahid. Bax: MÜƏLİF VƏRƏQİ. ÇAP VƏRƏQİ.

VƏRƏQƏ. 1. Həcmi 1 səhifədən 4 səhifəyə qədər olan informasiya xarakterli nəşr. 2. Qalın çap materialında çap edilmiş, müəyyən ölçülü bir vərəqdən ibarət nəşr. Əsasən mühasibatda və kargüzarlıqda istifadə olunur.

VİKLYUÇKA. Bax: ŞAQLI DÜZLƏMƏ.

VQONKA. Müxtəlif yığma əməliyyatlarından (şriftlərin, interlinyajın və s. kiçildilib-böyüdülməsi) istifadə etməklə mətnin müəyyən məkanda yerləşdirilməsi.

VSTAVKA. Bax: ƏLAVƏ (1).

VYORSTKA. Bax: SƏHİFƏLƏMƏ.

Y

“YAD” ŞRİFT. Yığılmış mətnə (sərlövheyə) başqa qarniturdan səhvən düşən şrift.

YİĞİM. Nəşrə təsdiq olunmuş əlyazmanın kompüterdə (fotoyığım maşınında, linotipdə) yığılması.

YÜKSƏK ÇAP (*Letterpress*). Çap üsullarından biri. Yüksək çap üçün istifadə olunan çap elementləri çap formasından hündür olur (adı da buradandır). Ağac üzərində qravür, mətbəə naboru, stereotip, avtotipiya və klişedən ibarətdir.

Kompüter dizaynı: Rafiq Öməröv, Tale Məlik
Yığım: Aybəniz Osmanova
Korrektor: Pəri Səmədova

Formatı 60x84 1/16, 13,5 ç.v., Tiraj 600 nüsxə.

Kitab "Yeni Nəsil" Jurnalistlər Birliyinin Nəşriyyat-Poliqrafiya Mərkəzində səhifələnilib və çap olunub. Kitabın üzvlüyü "Əbilov, Zeynalov və oğulları" şirkətinin mətbəəsində çap edilib.

*"Yeni Nəsil" Nəşriyyat-Poliqrafiya Mərkəzi.
Bakı, Rəşid Behbudov küçəsi, 10. Telefon: 98-45-18.*