

Міністерство освіти і науки України
Миколаївський національний університет
імені В. О. Сухомлинського

С. В. Гузенко

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА РЕДАГУВАННЯ

Навчальний посібник

Миколаїв
2019

УДК 808.2 (075.8)

ББК 76.17

Г 93

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради
Миколаївського національного університету імені
В. О. Сухомлинського (протокол № від)

Рецензенти: Гайдаєнко І. В., кандидат філологічних наук, доцент кафедри
мовознавства Херсонського державного університету;

Божко О. П., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри
права та соціально-поведінкових наук Миколаївського
міжрегіонального інституту розвитку людини ВНЗ
«Університет «Україна»;

Гузенко С. В.

Г 93 Теорія і практика редагування : навч. посіб. / С. В. Гузенко.
Миколаїв : МНУ імені В. О. Сухомлинського, 2019. – 220 с.

У посібнику представлено короткий огляд теоретичних відомостей із загальної теорії і практики редагування. Дібрано велику кількість текстів, уривків, що потребують правки. Ретельне опрацювання практичного матеріалу дозволить студентам здобути практичні навички роботи з текстами. Посібник буде корисний студентам філологічних спеціальностей закладів вищої освіти, усім, хто небайдужий до художнього слова.

УДК 808.2 (075.8)

ББК 76.17

© Гузенко С. В., 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРІЯ РЕДАГУВАННЯ	6
1. Початкові відомості про видавничу справу, редагування.	6
1.1. Структура видавничої справи: видавничий сегмент, поліграфія, розповсюдження.	6
1.2. Редакторські професії та фахові вимоги до них. ...	8
1.3. Етичні основи редагування	9
2. Редакційно-видавничий процес.	11
2.1. Етапи редакційно-видавничого процесу.	11
2.2. Роль редактора, види редагування.	15
2.3. Поняття про оригінал.	18
РОЗДІЛ II. РЕДАГУВАННЯ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ	24
3. Книга – вид видавничої продукції, основний предмет редагування	24
3.1. Поняття видавничої продукції.	24
3.2. Типологія видань	25
4. Редакторська підготовка складових частин книги	27
4.1. Складові частини книги.	27
4.2. Матеріальна (зовнішня) структура книги.	28
4.3. Змістова (внутрішня) структура книги.	28
РОЗДІЛ III. РЕДАГУВАННЯ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНИХ, ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ	24
5. Періодичне видання як предмет редагування.	24
5.1. Поняття періодичного видання.	24
5.2. Вимоги до редагування газетно-журнальних видань.	25
6. Перевірка фактичної інформації – основа роботи редактора в журналістиці	27
6.1. Факт. Види фактів.	27
6.2. Етичні вимоги при роботі з фактами.	28
6.3. Перевірка фактичних даних	28

РОЗДІЛ IV. ОСНОВИ КОРЕКТОРСЬКОЇ ПРАВКИ	24
7. Співпраця редактора і коректора – запорука якісного видання.	41
7.1. Коректура – важлива складова редакторського процесу.	41
7.2. Коректурні правила верстки.	42
РОЗДІЛ V. ПРАКТИКУМ РЕДАГУВАННЯ	45
Плани практичних занять	45
Завдання для самостійної роботи	52
Тестові запитання до курсу	57
Контрольні запитання до курсу	60
ДОДАТКИ	
Короткий термінологічний словник	71
Рекомендована література до курсу	73

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни «Теорія і практика редагування» є висвітлення теоретичних основ та методики поетапного редакторського аналізу, що становить основу редакційно-видавничої підготовки авторського оригіналу до друку; теоретичне обґрунтування професійної методики редактора та системний розгляд його реальних функціональних обов'язків у загальному контексті редакційно-видавничого процесу з урахуванням усіх характеристик.

Завдання:

–оволодіння теоретичними та методичними основами редагування, професійною методикою роботи над твором, оригіналом, виданням;

–оволодіння навичками підготовки редакційних висновків;

–набуття практичних навичок оцінки і виправлення авторського оригіналу, підготовка до його видання;

–одержання базових знань для редагування конкретних видів літератури.

У результаті вивчення даного курсу студент повинен

знати:

–основні поняття і терміни дисципліни;

–психологічні особливості професійної редакторської роботи над текстом;

–жанрові, стилістичні особливості різних видів текстів і специфіку роботи над ними;

вміти:

–ідентифікувати тексти з урахуванням різних видів і жанрів літератури;

–опрацьовувати фактичний матеріал;

–редагувати текст, робити його стилістичну правку, зберігши індивідуальні авторські особливості.

Пропонований навчальний посібник містить теоретичні розділи: теорія редагування; редагування книжкових видань; редагування газетно-журнальних, інтернет-видань; основи коректорської правки, а також практичний розділ – практикум редагування, для практичної підготовки з курсу.

РОЗДІЛ I. ТЕОРІЯ РЕДАГУВАННЯ

1. Початкові відомості про видавничу справу, редагування

1.1. Структура видавничої справи: видавничий сегмент, поліграфія, розповсюдження

Видавнича справа – сфера суспільних відносин, що поєднує в собі організаційно-творчу та виробничо-господарську діяльність юридичних і фізичних осіб, зайнятих створенням, виготовленням і розповсюдженням видавничої продукції.

Складовими частинами *видавничої справи* є:

видавнича діяльність – сукупність організаційних, творчих, виробничих заходів, спрямованих на підготовку і випуск у світ видавничої продукції;

виготовлення видавничої продукції – виробничо-технологічний процес відтворення визначеним тиражем видавничого оригіналу поліграфічними чи іншими технічними засобами;

розповсюдження видавничої продукції - доведення видавничої продукції до споживача як через торговельну мережу, так і іншими способами.

Суб'єктами видавничої справи є видавці, виготовлювачі та розповсюджувачі видавничої продукції.

видавець – фізична чи юридична особа, яка здійснює підготовку і випуск видання;

виготовлювач видавничої продукції – фізична чи юридична особа, що здійснює виготовлення замовленого тиражу видання;

розповсюджувач видавничої продукції – фізична чи юридична особа, яка займається розповсюдженням видавничої продукції;

Суб'єктами видавничої справи в Україні можуть бути: громадяни України, іноземці та особи без громадянства, що перебувають в Україні на законних підставах, юридичні особи України та інших держав.

Основною структурною ланкою у видавничій справі є видавництва і видавничі організації різних форм власності.

видавництво – спеціалізоване підприємство, основним видом діяльності якого є підготовка і випуск у світ видавничої продукції;

видавнича організація – підприємство, установа або організація, статутом якої поряд з іншими видами діяльності передбачено підготовку і випуск у світ видавничої продукції;

Об'єктом видавничої справи є видавнича продукція

видавнича продукція - сукупність видань, призначених до випуску або випущених видавцем (видавцями);

видання - твір (документ), який пройшов редакційно-видавниче опрацювання, виготовлений друкуванням, тисненням або іншим способом, містить інформацію, призначену для поширення, і відповідає вимогам державних стандартів, інших нормативно-правових актів щодо видавничого оформлення, поліграфічного і технічного виконання;

тираж (наклад) - кількість виготовлених примірників видання;

Кожний примірник видання повинен містити **вихідні відомості**.

Вихідні відомості видання - сукупність даних, які характеризують видання і призначені для його оформлення,

інформування споживача, бібліографічного опрацювання і статистичного обліку.

Вихідні відомості оформляє видавець.

Усі книжкові видання в Україні, незалежно від мови основного тексту, повинні мати обов'язкову анотацію та вихідні бібліографічні відомості державною мовою. Винятком можуть бути тільки видання іноземними мовами, призначені для розповсюдження за кордоном або серед іноземців.

Вихід у світ видання без обов'язкових для нього вихідних відомостей не допускається.

1.2. Редакторські професії та фахові вимоги до них

На початку з'ясуємо: де сьогодні можна застосувати набуті навички редактора-видавця?

Власне видавництва як самостійні підприємства (юридичні особи), що спеціально займаються підготовкою, опрацюванням, випуском і реалізацією різних видів видавничої продукції. Це класичні видавництва, найпотужніший сегмент видавничого ринку, який в останні роки динамічно розвивається і стверджується. Сюди належать:

державні видавництва сфери управління Держкомтелерадіо України;

видавництва сфери управління іншими державними організаціями;

видавництва інших форм власності (приватні, кооперативні, спільні тощо).

Різноманітні організації, фірми, агентства, підприємства, інституції, окремі особи, які мають право займатися видавничою діяльністю згідно зі статутними документами і які зареєстровані в Національному агентстві ISBN. Особливістю цього сегмента є те,

що видавництво тут не є юридичною особою, а виступає складовою структурною одиницею, окремим підрозділом цілого підприємства, організації чи установи. І все ж, не маючи власного рахунку, але виробивши свій логотип, таке видавництво в усьому іншому нічим не поступається класичному: така ж організація редакційно-видавничих процесів, такі ж вимоги до редакторського опрацювання та поліграфічного відтворення видавничого продукту, ті ж вимоги дотримання видавничих стандартів, що і в юридично оформленого видавництва. Перелік видавничих організацій у цьому блоці може бути таким:

- видавництва навчальних закладів, наукових інститутів;
- видавництва підприємств і фірм;
- видавництва громадських організацій;
- видавництва наукових організацій;
- видавництва політичних партій;
- видавництва релігійних організацій та духовних центрів;
- видавництва редакцій газет і журналів;
- видавництва друкарень та інших редакційно-видавничих підприємств.

Редакції газет і журналів, де фахівці-редактори віддавна працюють на творчих посадах літературних редакторів, коректорів або, набувши досвіду й майстерності, на керівних посадах редакторів чи головних редакторів.

Редакції радіомовлення та телебачення, де випускники цієї спеціальності займають посади редакторів інформаційних (новинних), аналітичних та інших програм, шеф-редакторів, випускових редакторів, літературних редакторів.

Рекламні агенції та рекламні відділи підприємств, організацій і фірм (творча й організаційна робота з підготовки рекламних текстів або сюжетів).

Державні органи законодавчої та виконавчої влади різних рівнів (від центральних до міських та районних).

Грамотний, професійно підготовлений і патріотично налаштований редактор вкрай потрібен тут не лише на посадах референтів, аналітиків, прес-секретарів інформаційних служб, відділів діловодства, прес-центрів, а й високих посадовців - від міністрів, голів адміністрацій до депутатів.

Маркетингові відділи різноманітних великих та середніх виробників промислової, сільськогосподарської продукції, ліків, де готуються до друку різноманітні інструкції, правила користування виробами (нерідко кількома мовами відразу), рекламна продукція.

Бібліотечні або науково-дослідні установи, де наявні посади референтів, творчих працівників.

Різнманітні центри, організації, що займаються багатопрофільною виставковою, ярмарковою діяльністю.

Проводити значну за обсягом рекламну та промоційну діяльність вони просто не зможуть без представників редакторських професій.

Органи масової та спеціальної комунікації.

Такий перелік можна продовжувати.

Фахові вимоги

Із розширенням діапазону застосування редакторських професій невинно підвищуються й вимоги щодо кваліфікаційного рівня їх носіїв. У цьому можна пересвідчитися, переглянувши спеціальні електронні сайти, на яких вміщується інформація щодо вакансій редакторів і видавців.

Простежується така тенденція: якщо кілька років тому у графі "потрібен на роботу" зазначалася просто посада (редактора, коректора, координатора видавничого проекту, літературного працівника), то останнім часом все частіше подається детальна інформація щодо кваліфікаційних вимог до кандидата посісти таку

вакансію. Наведемо приклад щодо таких вимог на посаду заступника головного редактора з обіцяною зарплатою до 600 умовних одиниць, які поставила через пошукову електронну систему одна велика видавнича фірма:

Загальні вимоги: вища освіта (видавнича справа, журналістика); досвід роботи у друкованій періодиці (суспільно-політичній, для дозвілля) не менше трьох років; абсолютна грамотність, вільне володіння ПК; досвід роботи з юридичними і бухгалтерськими документами.

Ділові якості: вміння ставити завдання й добиватися їх виконання; емоційна врівноваженість; повна віддача роботі, самостійність, цілеспрямованість; творчий потенціал; комунікативні й аналітичні здібності; гнучкість мислення.

Професійні вимоги: вміння організувати редакційний процес (організація роботи редакторів, залучення сторонніх авторів); досвід редагування (гарний стиль) та оформлення матеріалів, пошук і здобування фотоматеріалів, робота з художниками, контакти з інформаційними агентствами; навички макетування (макетна сітка), добре знання англійської (німецької) мови.

У наведеному вище прикладі виведена роботодавцем-практиком своєрідна професіограма добре підготовленого редактора, якому, за відповідності цим вимогам, гарантована високооплачувана робота.

Поставимо у цьому контексті запитання: які узагальнені фахові вимоги щодо навичок і вмінь висуває практика сьогодення до видавничого працівника? Спробуємо умовно поділити їх за окремими блоками.

Перший. Працівник редакторсько-видавничого цеху має здобути поглиблену гуманітарну освіту, яка передбачає набуття знань з таких нормативних дисциплін, як історія, філософія,

політологія, культурологія, економіка, правознавство, соціологія, психологія, логіка, українська й зарубіжна літератури. Останнім часом поширенішою стає практика, коли такі знання, шляхом одержання другої освіти, здобувають ті випускники природничих, економічних чи юридичних спеціальностей, які відчувають у собі нереалізований творчий потенціал. Це чи не найкраща форма підготовки висококваліфікованих редакторів для випуску, скажімо, природничої, математичної чи юридичної літератури.

Окремим рядком у цьому блоці слід виділити вимогу щодо бездоганного володіння державною та однією-двома іноземними мовами. В умовах повсюдного формування і ствердження глобалізованого суспільства надумана деякими обмеженими й шовіністично налаштованими українськими політиками проблема щодо того, якою мовою спілкуватися в Україні на роботі чи вдома, відпадає сама по собі. Адже пересічний громадянин будь-якої країни Європейського Союзу вільно володіє, крім своєї рідної, ще двома-трьома мовами, а тому легко може переходити в різних ситуаціях (вдома чи за кордоном) на мову співрозмовника. Що вже говорити про фахівця гуманітарного профілю. На таку практику має орієнтуватися й наш редактор-видавець, оскільки йому весь час доведеться мати справу з текстами, в тім числі й іншомовними.

Другий. Ідеться про цілий комплекс професійно зорієнтованих нормативних дисциплін, без усвідомленого засвоєння яких годі говорити про становлення кваліфікованого редактора-видавця. Умовно поділимо їх на кілька головних розділів:

історичний (історія видавничої справи - у світі та у своїй державі, історія редагування);

теоретичний (основи видавничої справи та редагування, теорія масової комунікації, теорія твору, текстознавство);

творчий (редагування за видами видань, художнє та технїчне редагування, редакторська майстернїсть);

органїзаційно-практичний (вступ до спеціальностї, органїзація і планування видання, коректура, полїграфїя, режисура та архїтектонїка видання);

нормативно-правничий (видавничї стандарти, авторське право, правовї засади масової комунїкації);

маркетинговий (видавничий бїзнес, видавнича справа за кордоном, електронна комерція).

Третїй. У зв'язку зї змїною технологїї пїдготовки видавничих оригїналїв, що сталася пїсля суцїльної комп'ютеризації всього редакційно-видавничого процесу, на порядок денний нагально постала проблема не просто оволодїння редактором оргтехнїкою на рївнї користувача (комп'ютером, принтером, сканером), а саме рївень його комп'ютерної "просунутостї". Йдеться, отже, не лише про здатнїсть редагувати рїзні види текстїв та вносити правки в режимї "on line", не лише про готовнїсть замїнити поширенї ранїше у видавництвах посади оператора комп'ютерного складання, а й про вмїння перевтїлювати тексти у вїдповїднї формати й на цьому етапї вдосконалювати текст, бути на "ти" з електронними таблицями, текстовими, графїчними та ілюстративними редакторськими програмами.

Цього не можна досягнути без оволодїння такими предметами, як "Системи верстки", "Макетування і верстка", "Дизайн видання".

І насамкїнець про ще один, *четвертий*, блок фахових вимог. Вони є специфїчними, бо не засвоюються пїд час лекційних чи семїнарських занять, а набуваються в процесї формування особистостї, в тїм числї й за роки навчання в унїверситетї. Йдеться про поряднїсть і патрїотизм редактора. Такї вимоги особливо важливі для фахївцїв, якї формуються в перехїдних суспїльствах,

де ще живучі телефонне право, цензура, темники, де домінує не закон і право, а якась "невидима рука". Патріотично налаштований редактор, який є особистістю, ніколи не буде на угоду начальнику, за можливість просунути по службовій лінії чи отримати зароблені аморальним шляхом додаткові кошти, готувати до друку неправдиві тексти, фальшувати факти, вихолощувати шляхом маніпулювання словами і фразами первинну сутність твору, який готується до оприлюднення і, отже, матиме вплив на читача, слухача, глядача.

З вищевикладеного випливає своєрідна формула узагальнених кваліфікаційних вимог до сучасного редактора та видавця в нинішніх умовах розвитку українського суспільства. Це - Професіоналізм, Порядність, Патріотизм.

Відповідаючи таким кваліфікаційним вимогам, фахівець видавничої справи та редагування здатний буде виконувати цілий ряд виробничих функцій. Виділимо найголовніші: творчу, аналітичну, коригуючу, дослідницьку, організаційну, технологічну, координаційну, комунікативну, маркетингову, освітньо-виховну.

Змістове наповнення таких функцій найкраще простежити при аналізі функціональних обов'язків видавничих працівників.

Функціональні обов'язки

У процесі еволюції й повсюдного поширення друкарської та видавничої справи поступово утворювався, а згодом поглиблювався розподіл обов'язків між творцями рукописного чи друкованого продукту. Цьому сприяли, з одного боку, невпинне вдосконалення творчих начал самих редакторів та авторів, вироблення ними відповідних правил (внутрішня структура та зміст), а з іншого - вдосконалення власне технології випуску видання (зовнішня його конструкція, матеріали, з якої вона виготовляється). Все це потребувало згрупування певної кількості

завдань та обов'язків і виділення для їх виконання спеціально підготовлених для цього окремих працівників.

Так поступово всередині своєрідного видавничого цеху, як прообразу сучасного видавництва, виокремлювалися посади: начальник друкарні (у сучасному розумінні - директор видавництва), заступник начальника (головний редактор), каліграф (друкарка, складач шрифтів, оператор комп'ютерного складання), справщик (коректор), канцелярський службовець (редактор-організатор), палітурник (художній редактор), книгоноша (менеджер з продажу).

Як бачимо, назви посад змінювалися. Та сутність творчих чи виробничих функцій працівника, який претендував посісти відповідну посаду, залишалася сталою: цей працівник мусив знати й уміти виконувати саме означену посадою конкретику справ.

Практика засвідчувала: чим більшим був видавничий цех, тим чіткіший вигляд мав поділ функцій на групи. Інакше важко було досягнути злагодженості, стабільності й належної якості при виготовленні такого складного і специфічного продукту, яким є, скажімо, книга, журнал чи газета.

Перекидаючи з цієї короткої ретроспективи місточок у сьогодення всуціль комп'ютеризованої видавничої справи, варто наголосити ось на чому. Незалежно від величини, структури чи спеціалізації за тематичними напрямками випуску друкованої продукції того чи іншого видавництва, у штатному його розкладі кадрів мусять бути посади, без яких діяльність цього творчо-виробничого підрозділу буде недоцільною й неефективною. Йдеться про такі посади, як директор, головний редактор, редактор, коректор, художній редактор, технічний редактор, маркетолог.

Інша річ, що перелічені посади на практиці нерідко суміщуються. Особливо часто це простежується в невеликих

видавничих структурах, коли чи не всі функціональні обов'язки в складному ланцюгу "авторський оригінал - видавничий оригінал - оригінал-макет - книга" випадає виконувати одному-двом працівникам. Нерідко таке суміщення відбувається від незнання початкуючим редактором-видавцем усіх тонкощів редакційно-видавничого процесу, нерідко - від його бажання заощадити кошти. Результат у цих ситуаціях - передбачливий: вихід у світ друкованого продукту низької якості, шлях якого до покупця буде незавидним.

Глибоке усвідомлення й розрізнення кожним працівником видавництва, не кажучи вже про його керівників, кола своїх конкретних функцій, завдань і обов'язків потрібне з кількох причин:

по-перше, це дає змогу чітко розмежувати перелік конкретних функцій між різними підрозділами видавництва;

по-друге, ефективно використати кваліфікаційний рівень кожного працівника колективу;

по-третє, визначити міру відповідальності кожного за доручену ділянку роботи;

по-четверте, краще організувати роботу видавництва чи видавничого підрозділу, максимально убезпечивши себе від ряду помилок.

За радянських часів, коли видавнича справа, як складова ділянка ідеологічної роботи правлячої комуністичної партії, перебувала в рамках строгої регламентації, відповідним союзним галузевим комітетом розроблялися й періодично затверджувалися типові положення про редакції та відділи видавництв, а також про посадові обов'язки працівників видавництва. Так, в останнє колишній Держкомвидав СРСР затверджував таке положення у квітні 1982 року.

Звичайно, з погляду сьогодення багато чого з таких документів є нині надто заідеологізованим, архаїчним й недемократичним. Однак було там немало й раціонального, від якого, очевидно, не варто відмовлятися, бо базувалося воно на досвіді попередників та інструкціях, які склалися справжніми професіоналами галузі.

Нині в кожному видавництві, виходячи передусім зі змісту Статуту та виробничої необхідності, розробляються й затверджуються самостійно функціональні обов'язки для кожної штатної одиниці. Як правило, цей документ, як додаток до договору, підписується роботодавцем і працівником під час влаштування останнього на роботу.

Спробуємо запропонувати один із можливих варіантів функціональних обов'язків для найпоширеніших видавничих посад: директора, головного редактора, редактора редакції, коректора, художнього редактора, технічного редактора, менеджера з продажу.

Директор

Це керівник видавництва, який спрямовує діяльність усього колективу і несе повну відповідальність за результати його роботи. З юридичної точки зору директором може виступати або власник (засновник) самого видавництва, або особа, яка найнята засновником для виконання конкретних функцій. Залежно від масштабів діяльності, географічних ознак, структури та форми власності видавництва така посада може ще називатися: генеральний директор, президент, видавець.

Функціональні обов'язки такого керівника зосереджуються здебільшого довкола двох напрямів: організаційно-управлінського та фінансово-господарського.

Основний перелік організаційно-управлінських функцій:

визначення структури видавництва та затвердження штатного розкладу;

прийняття та звільнення з роботи штатних працівників;

представлення видавництва у державних органах та громадських організаціях;

організація, координація і контроль роботи всіх структурних підрозділів;

затвердження річних і квартальних планів випуску видань;

укладання і підписання різних договорів з авторами, художниками, перекладачами, рецензентами, позаштатними працівниками;

проведення виробничих зборів та нарад усього колективу;

розробка (спільно з профспілковою організацією) і контроль за виконанням соціальних програм, програми підвищення кваліфікації працівників, поліпшення культурно-побутових умов членів колективу.

Основний перелік фінансово-господарських функцій:

формування, разом із фінансовою службою, поточного та перспективного бізнес-плану;

розпоряджання матеріальними засобами видавництва;

пошук джерел фінансування нових видавничих проєктів;

відкриття й закриття розрахункових та інших рахунків;

підписання всіх фінансових документів;

контроль за своєчасними розрахунками з державним бюджетом, установами банку, постачальниками, підрядними та іншими організаціями;

укладання й підписання договорів з поліграфічними підприємствами на виготовлення видань та іншими суб'єктами господарської діяльності відповідно до статутної діяльності.

До структурних підрозділів, які перебувають у безпосередньому віданні директора, належать: юридична служба

(юрисконсульт), планово-економічний, виробничий, фінансовий, господарський, маркетинговий відділи.

Головний редактор

Головний редактор видавництва - це фахівець, як правило, з редакторською або журналістською освітою, який у цілому визначає видавничу програму і керує всім редакційно-видавничим процесом. За штатним розкладом (у структурі видавництва радянського типу) є першим заступником директора.

Функціональні обов'язки головного редактора формуються довкола двох основних напрямів його діяльності: організаційного і творчого.

Організаційний напрям передбачає:

підбір кадрів і керівництво роботою всього редакційного корпусу видавництва (завідувачі редакцій, редактори різних категорій, коректори);

пошук надійних авторів (авторських колективів), перспективних тем, рецензування оригіналів, оформлення документів на одержання грифів навчальних видань;

прийняття рішення щодо початку редакторського опрацювання чи відхилення поданого оригіналу;

затвердження титульних чи спеціальних наукових редакторів;

розробка перспективного, річного і квартального планів випуску видань;

координація і контроль роботи завідувачів редакцій;

розв'язання принципових питань, пов'язаних з якістю оригіналу чи у взаємостосунках між автором і редактором;

складання і контроль за виконанням графіків проходження оригіналів у видавничих підрозділах;

розгляд питань, пов'язаних з виконанням чи невиконанням авторами договірних зобов'язань;

прийняття рішень щодо припинення видань, розірвання договорів, усунення помилок на різних етапах редакційної роботи;

візування документів на укладання авторських угод, виплату авторських та художніх гонорарів, за рецензування і позаштатне редагування;

підготовка й ведення видавничих нарад щодо змісту тематичних планів та якості випущеної продукції.

Творчий напрям передбачає:

ознайомлення з авторськими оригіналами, одержаними за замовленням чи самопливом;

вибіркове читання видавничих оригіналів на одному з етапів редакційно-видавничої підготовки (після опрацювання редактором; перша, друга верстки; чисті аркуші);

прочитання на одному з етапів редагування особливо важливих за змістом оригіналів;

затвердження макетів художнього оформлення поліпшених видань;

підписання видання: до складання, до друку, до випуску в світ;

аналіз рецензій, опублікованих у пресі, на випущені власні видання;

організація презентацій кращих видань;

вивчення кон'юнктури видавничого ринку, тематики близьких за профілем видавництва суміжних видавничих організацій з метою уникнення дублювання при плануванні видань;

розробка плану промоційних заходів, контакти з пресою, громадськими організаціями, науково-дослідними інституціями та навчальними закладами;

участь у книжково-видавничих тусовках.

До структурних підрозділів, які перебувають у безпосередньому віданні головного редактора, належать: редакції видавництва (книжкових та періодичних видань), коректорат, відділи художнього та технічного оформлення (служби головного художника та технічного редактора), комп'ютерний відділ (служби макетування та верстання), відділ маркетингу.

Редактор

Це основний творчий працівник у видавництві, який безпосередньо відповідає за редагований оригінал, його структурний, інформативний, науковий і мовностилістичний рівень. Образно кажучи, завданням редактора є професійно "провести" доручений йому оригінал по всіх етапах редакційно-видавничого процесу - від редагування авторського оригіналу до перевтілення його в конкретний вид видавничої продукції та випуску в світ.

Залежно від структури, масштабів діяльності видавництва, його спеціалізації, а також досвіду та рівня кваліфікації працівників така посада в штатному розкладі має свої різновиди: завідувач редакції, науковий редактор, старший редактор, провідний редактор, редактор, молодший редактор.

Серед основних ***функціональних обов'язків*** редактора виділимо такі:

грунтовне ознайомлення з поданим авторським оригіналом та підготовка аргументованого редакторського висновку на придатність його до редагування;

формулювання письмових вимог до автора щодо необхідності доробки оригіналу та ретельна перевірка виконання зауважень після повернення з доопрацювання;

редагування затвердженого головним редактором авторського оригіналу відповідно до технології та техніки редакторської правки;

ознайомлення автора з внесеними правками, погодження з ним необхідних скорочень, доповнень, змін;

надання авторові необхідної допомоги у вдосконаленні композиції оригіналу (структурування розділів, параграфів, доцільності додавання до авторського тексту передмови, післямови, покажчиків, бібліографічних довідок, коментарів, приміток, додатків тощо);

редагування підготовлених автором ілюстративних матеріалів, з'ясування необхідності в додатковому ілюстративному ряді, визначення місця його розташування;

перенесення авторських виправлень до редакційної верстки;

звіряння цитат і використаних текстів за першоджерелами;

підготовка анотації та каталожної картки видання, а також рекламних текстів для відділу маркетингу;

візування видавничого оригіналу: до верстання, до друку, у світ;

безпосередня участь у розробці проекту художнього оформлення;

робота з другою версткою, плівками, чистими аркушами і сигнальним примірником відповідно до методики редагування.

Коректор

Слово "коректор" - латинського походження (corrector - той, що виправляє друкарські помилки при підготовці видання).

Окрім видавництва, посада коректора віддавна "прописалася" також у друкарні. Солідне поліграфічне підприємство, яке дбає про свою високу репутацію серед постійних і нових замовників, прагне мати в себе цього представника редакторських професій аби уникнути можливих помилок на завершальному етапі виготовлення видавничого продукту.

У видавництві коректор (або ціла коректоська служба) працює під безпосереднім керівництвом головного редактора.

До найголовніших *функціональних обов'язків корректора* належать:

зчитування як зрівняння видавничого оригіналу з авторським (другої верстки з першою) після внесення редакторських правок;

вчитування як усунення орфографічних, пунктуаційних помилок, буквених неточностей і технічних вад верстки;

дотримання принципу єдності (уникнення різночитань елементів тексту, що повторюються) у поданні прізвищ та ініціалів, бібліографічних посилань, географічних та історичних назв, мір ваги;

виявлення смислових, логічних, стилістичних та фактичних помилок;

читання з подвоєною увагою специфічних елементів тексту (висновки і визначення термінів, дати, числа, імена);

спеціальне звіряння з оригіналом прізвищ, оскільки редакторські комп'ютерні програми нерідко самочинно замінюють зовсім не відоме прізвище на подібне, яке вже введено до їх словників (для прикладу, Вілінська на Віленська, Козирський на Мозирський, Полонська-Василенко на Полянська-Василенко, Сальський на Сільський та ін.);

"прив'язування" у змістовий контекст слів, у яких при комп'ютерній заміні букви замінюється смисл речення (шкода - на школа, лише на дише, реактора на редактора);

перевірка вихідних відомостей в останній підписній верстці;

звіряння сторінок сигнального примірника з наростанням пагінації сторінок та методом "прив'язування" змісту за перехідними сторінками.

Художній редактор

Це творчий працівник видавництва, який займається художнім редагуванням різних видів видань. Охочіше беруть на цю посаду спеціаліста із художньо-поліграфічною освітою.

Завданням художнього редактора є відтворити ідею конкретного видання такими зображальними засобами, які сприяли б його виділенню у видавничому морі й були логічно вмотивовані відповідно до тематики, структури та змісту. При цьому слід добитися відповідності оформлення змістові й призначенню видання.

Художній редактор (відділ художнього оформлення) працює під безпосереднім керівництвом головного редактора.

У штатному розкладі видавництва поширені такі посади: завідувач відділу художнього оформлення, старший художній редактор, художній редактор.

Основні функціональні обов'язки такі:

розробка і погодження проекту художнього оформлення видання (обкладинки, оправи, суперобкладинки) з редактором, автором і головним редактором;

розробка проекту елементів художнього оформлення видання (титули, шмуцтити, заставки, кінцівки);

організація ілюстрування тексту звичайних, поліпшених, подарункових і ювілейних видань;

виготовлення логотипа (видавничої марки) видавництва;

розробка проекту серійних видань;

добір позаштатних художників для виконання робіт з художнього оформлення;

приймання від позаштатних художників оригіналів виконаних робіт та визначення їх якості;

підготовка договорів і угод із позаштатними художниками та узгодження з головним редактором розміру виплат за виконані художні роботи;

підготовка документів на поліграфічне відтворення всіх елементів художнього оформлення;

погодження з поліграфічним підприємством технології відтворення художнього оформлення (запис кольороподілу на диск у видавництві з наступним відтворенням його друкарнею, кольороподіл власними силами з наданням друкарні кольорового відбитку на паперовому носії);

оцінка і затвердження пробних відбитків художнього оформлення, одержаних з друкарні;

перегляд і візування сигнальних примірників на предмет якості художнього оформлення.

Технічний редактор

Це видавничий працівник, який займається технічним редагуванням видань. На нього покладається відповідальна місія: добитися реального втілення задуму видавництва створити видавничий продукт на високому художньому, структурному, змістовому та поліграфічному рівнях виконання.

У конкретиці функціональних обов'язків технічного редактора це означає:

визначення, відповідно до затвердженого головним редактором формату видання, формату сторінки й кількості рядків на ній, розміру інтерліньяжу (відступів між рядками), розмірів абзацних відступів, спусків на початкових сторінках;

підбір шрифтових параметрів видання (тип гарнітур, кеглів для заголовків, підзаголовків, основного тексту);

вказівки для оператора комп'ютерного складання (верстальника) щодо внутрітекстових відбивок між різними фрагментами текстів (скажімо, історичних довідок, розгорнутих цитат);

зазначення місця розташування та форми подання ілюстрованих вставок (таблиць, схем, графіків, фотографій, графічних малюнків і текстівок до них);

відпрацювання верстки та оригінал-макета в контексті якості набору, якості відтворення тексту та ілюстрацій на плівках;

складання "Технічної видавничої специфікації поліграфічного виконання друкованого видання" перед передачею оригінал-макета до друкарні;

звірювання у "чистих аркушах" тексту зі змістом, зміст і відтворення колонтитулів, вклейок і накидок;

перевірка якості друкування, фальцювання аркушів, палітурних та оздоблювальних процесів та візування сигнальних примірників.

Ми розглянули функціональні обов'язки головних представників редакторських професій у видавничій справі. Відразу варто наголосити: перелік цих обов'язків не є завершеним чи раз назавжди сталим. Це - лише основа, своєрідна конструкція, на яку можна буде нанизувати й інші, можливо, більш деталізовані, подрібнені, виокремлені із загальної канви або ж спонукані специфікою видання функції, які носій тієї чи іншої посади зобов'язаний буде бездоганно виконувати. За умов вимушеного суміщення обов'язків різних посад у малих і середніх видавництвах (скажімо, редактора й коректора, художнього й технічного редактора, головного редактора й завідувача котроюсь із редакцій) розрізнення таких обов'язків особливо необхідне. Адже відсутність якоїсь посади в штатному розкладі зовсім не означає, що передбачені цією посадою обов'язки десь зникають, їх все одно має виконувати носій вищої або суміжної посади.

Літературний редактор

Загальний опис професії

Літературний редактор – це співробітник редакції, в обов'язки якого входить аналіз, оцінка тексту, внесення необхідних змін до структури того або іншого літературного твору. Основне завдання літературного редактора полягає в підготовці до публікації

написаного автором матеріалу, саме він забезпечує літературну правку тексту на смисловому, стилістичному і граматичному рівнях.

Освіта

Робота з текстами передбачає відмінне знання української мови та літератури. Тому як основна вимога до кандидатів на позицію літературного редактора - це наявність літературної, журналістської або філологічної вищої освіти.

Серед літературних редакторів більше всього фахівців, що мають вищу філологічну освіту. Небагато випускників журфаків мріють працювати літературними редакторами, більшість прагнуть стати журналістами, оскільки вважають, що лише тут їх чекає визнання, відкриваються свобода творчості і можливості проявити себе.

Суміжні кар'єри

Стати літературним редактором можна або відразу після закінчення вузу за спеціальністю «редагування», або, якщо фахівець має вищу філологічну або незакінчену вищу освіту, стартувати з посади коректора – співробітника, який здійснює вичитування відредагованих рукописів, усуває орфографічні і пунктуаційні помилки, а також виправляє недоліки смислового і стилістичного характеру.

Інколи на позицію літредактора приходять і талановиті журналісти. У професійному середовищі їх частенько називають «збитими льотчиками». У минулому блискучі журналісти, вони досить швидко освоюють тонкощі літературного редагування і віддають перевагу відносно спокійній роботі в редакції.

Функціональні обов'язки

Основні обов'язки літературного редактора незалежно від специфіки видання, в якому він працює, полягають в наступному:

- літературне редагування творів (аналіз і оцінка текстів, виправлення різного роду помилок: граматичних, стилістичних, композиційних та інших);
- узгодження матеріалу після літературної правки з автором і редактором відділу, головним редактором видання;
- надання відредагованого твору у виробничий відділ для верстки.

Літредактори-початківці стикаються з безліччю труднощів. Наприклад, як втиснути заголовок у відведене на смуззі місце, якого, на перший погляд, абсолютно недостатньо, як скоротити текст і не втратити при цьому його основну ідею. Але найголовніше для редактора – навчитися повільно і ретельно вчитуватися в текст, щоб оцінити загальний сенс матеріалу, лаконічність його викладу, не пропустити жодної пунктуаційної або граматичної помилки. Від редакторів вимагається, перш за все, неупередженість, а також увага і критичне відношення до матеріалу.

Деякі в прагненні поліпшити статтю заходять дуже далеко: вносять правки, в яких немає необхідності, а інколи разом з ними і помилки. У професійному середовищі поширено таке вираження, як «зуд олівця». Страждаючі цим «захворюванням» вважають, що якщо вони не зроблять жодної поправки в тексті, то не виконають свою роботу. Літредактор повинен з повагою відноситися до авторської манери викладу. Якщо послати десяток репортерів на одне завдання, вони принесуть десять по-різному написаних репортажів про одну і ту ж подію. Висококваліфікований редактор ніколи не буде вносити необґрунтовану правку.

Навики роботи

Окрім обов'язкової наявності профільної вищої освіти, для літредактора дуже важливий релевантний досвід роботи, тобто досвід літературного редагування і коректури текстів.

Опубліковані матеріали різних жанрів і на різні теми будуть додатковою конкурентною перевагою.

За статистикою 38% літредакторів володіють англійською мовою на розмовному рівні. Що стосується ділових і особових якостей, то працедавці бажають бачити літературного редактора дисциплінованою, пунктуальною, акуратною і відповідальною людиною.

Плюси та мінуси

Люди, які щиро люблять працювати зі словом, підбирати синоніми, придумувати яскраві заголовки, що запам'ятовуються, тобто робити з «сировини» чудовий продукт, знаходять в роботі літературного редактора прекрасну можливість реалізувати свої професійні амбіції.

Робота літературного редактора передбачає наявність аналітичного складу розуму і критичного мислення.

Для багатьох кандидатів додатковим плюсом, що дозволяє до того ж працювати за сумісництвом, є можливість працювати віддалено (досить мати вдома комп'ютер з необхідними програмами і виходом в Інтернет).

Але деколи літредакторам доводиться виконувати свою роботу в дуже стислі терміни, наприклад, якщо автор здав текст із значним запізненням, а дату публікації неможливо змінити. Ситуації, коли редактор вимушений затримуватися на роботі допізна або брати її додому, – далеко не рідкість.

До того ж деякі літредактори скаржаться на те, що від довгого «спілкування» з текстом у них починають боліти очі. Погіршення зору вважається їх професійною хворобою.

Перспективи

Враховуючи, що приблизно половина літературних редакторів – спеціалісти у віці до 30 років, багато хто з них націлений на просування вгору по кар'єрних сходинках.

Вертикальна кар'єра висококваліфікованого літературного редактора можлива як при переході на нове місце роботи на вищу позицію, так і в рамках одного видання, однієї компанії.

Більдредактор

Ви загорілися бажанням працювати більдредактором, готові починати негайно, амбіції вирують, адже вам до снаги стати найвідомішим фоторедактором у світі.

Забудьте все, що ви знаєте про Фотографію. Бо більдредактор – це не фотограф. Часто буває, що більда підбирають «від зворотного» – з фотографів, щоб він міг дивитися на знімки свіжим оком. Бо його завдання: підбирати ілюстрації. Це людина – яка знаходить їх для кожної конкретної статті в журналі, формує ілюстративну базу, координує переміщення фотокорів і робить ще тисячу речей. Усе це прекрасно та захопливо, але... чи знаєте ви основні вимоги, що висуваються до претендентів на вакансію більдредактора?

Якщо немає - починати треба саме із цього.

Отже, увага, важлива інформація!!!

В основному, таку вакансію частіше пропонують людям до 35 років (отут відіграє роль "свіжий" і нетривіальний погляд, що властивий не обтяженим занадто великим досвідом фотографам);

- дуже важливий у такій справі досвід роботи (більше 1 року) на посадах фоторедактора, фотоменеджера, асистента фотографа в рекламнім агентстві й т.п.;

- вища освіта (перевагу надають технічному або художньому);

- володіння мовами (що більше - то краще);

- досконале володіння ПК (програми Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Indesign тощо).

Що стосується особистих рис, будь-який роботодавець бажає бачити у своїй команді людину креативну, відповідальну, з

оригінальним стилем мислення та таку, яка вміє працювати в стислий термін.

Отже, до *обов'язків більдредактора* входить:

1. Пошук і підбір ілюстрованих матеріалів, що повною мірою відповідають концепції того або іншого видання.

2. Координація роботи фотокореспондентів.

3. Ведення переговорів про придбання фотографій з менеджерами інформаційних агентств, фото - банками, прес-службами телеканалів, кіностудій.

4. Формування й постійне поповнення бази фотографій і архіву фотоматеріалів.

Щодня перед Вашими очима – калейдоскоп із тисячі фотографій, із яких треба обрати одну-дві на визначену тему. А її зазвичай задає редактор – і в нього може бути своє бачення.

Головне – знати, любити й поважати Фотографію. Коли вона відчуває, що її намагаються зрозуміти, вона сама нам підкине потрібний сюжет і ракурс. І ця любов не дає більдові остаточно перетворитися на «офісний планктон», який просто просиджує штани на роботі.

Отже, якщо Ви відчуваєте у собі силу та здатність працювати у цьому напрямку, прагніть. Але для того, щоб досягти успіху, працювати треба усюди. А робота у цій сфері надасть Вам, насамперед, можливість реалізувати себе як активну та творчу особистість.

Дизайнер-верстальник

Зміст праці

Створення поліграфічних макетів, компонування текстового і графічного матеріалу відповідно до ескізів, набір і корекція тексту, підготовка макету до друку. Саме результати їх діяльності визначають зовнішній вигляд газет, журналів і рекламної продукції.

Спеціаліст необхідні знання:

в області дизайну і поліграфії, володіння графічними і текстовими редакторами, базова комп'ютерна грамотність.

Функціональні обов'язки

Основне завдання верстальника – грамотна швидка верстка і компонування матеріалу відповідно до ескізу макету. Верстальник відповідає за відповідність файлу-макету поліграфічним вимогам і вносить коректорські правки. Посадові обов'язки верстальників можуть сильно розрізнятися залежно від компаній, в яких вони працюють. Інколи в їх завдання входить прийняття замовлення, набір тексту, перевірка плівок, виконання функцій системного адміністратора, але в крупних організаціях фахівці мають вузький круг обов'язків.

Залежно від характеру завдань, що виконуються, можна виділити два типи функціонала:

Ідеальний. Верстальник збирає з готових ілюстрацій і тексту закінчене видання згідно з посторінковим планом верстки, наданим редакцією (арт-директором або випускаючим редактором).

Поширений. Посторінковий план верстки існує, тексти заздалегідь готові, але з ілюстраціями верстальник працює сам – відбирає, готує, виробляє дрібну ретуш.

Потрібно мати на увазі, що верстка періодичних видань (журналів, газет і т. п.) в деякій мірі відрізняється від відповідної роботи з рекламною брошурою або іншими виданнями, що не мають регулярного випуску. При верстці періодики процес максимально автоматизований і вимагає від верстальника високої швидкості роботи як з текстом, так і з ілюстраціями. Загальну концепцію оформлення диктує випускаючий редактор видання, а верстальник є лише виконавцем ідей в рамках загальної концепції оформлення.

При верстці неперіодичних видань, часто рекламного призначення, верстальник може підключати свої дизайнерські навички, оскільки існує можливість вибору в оформленні макету. Така діяльність цікавіша, але вимагає від фахівця наявності перш за все знань в області композиції і дизайну, а також художнього смаку і відчуття міри.

Навички роботи

Верстальник-початківець повинен володіти такими навичками, як:

- базова комп'ютерна грамотність;
- володіння програмами верстки: як правило, Adobe Indesign, рідше – Quarkxpress і Adobe Pagemaker;
- грамотність і хороша зорова пам'ять. Кожна помилка, яку він виловив самостійно, скорочує кількість коректур і читань. Системи автоматичного коректування і перевірки правопису не вихід – вони дуже часто помиляються.

Досвідченому дизайнеру-верстальнику мають бути властиві наступні уміння:

- технічно грамотна і швидка робота в основних програмах верстки;
- робота з растровими і векторними графічними редакторами, такими як: Photoshop, Illustrator, Coreldraw;
- здатність знаходити нові ідеї, розробляти план видання;
- володіння художнім смаком;
- знання класичної типографіки;
- володіння ретушшю і кольорокорекцією;
- наявність базових знань з додрукарської підготовки макетів.

Додатковим плюсом для претендента, особливо в невеликій компанії, буде володіння комп'ютером на рівні системного адміністратора високого рівня, а також базова художня освіта. Крім того, поступальний розвиток інформаційної галузі приводить

до того, що фахівець має бути завжди в курсі нових прийомів і методик роботи.

Плюси та мінуси професії

Безперечним плюсом професії є творчий характер роботи, що дозволяє вчитися у багатьох талановитих людей. Крім того, за ситуації, коли замовник лише у загальних рисах уявляє, яким має бути видання, але не має ні плану верстки, ні готових текстів, ні ілюстрацій, спеціаліст може повною мірою реалізувати свої художні здібності. Ще одним кроком в кар'єрі стане перехід в дизайнери, арт-директори і б'їльд-редактори – ці професії оплачуються вище.

Плюсом можна також рахувати високу затребуваність представників цієї професії на ринку праці, можливість роботи в домашніх умовах і відносно непоганий рівень заробітної плати кваліфікованого фахівця.

Серед мінусів можна виділити ненормований робочий день (коли потрібно здавати термінове замовлення), малорухливий характер роботи і високий рівень відповідальності.

Професійно важливі якості:

- креативність, творчий склад особистості;
- розвинений естетичний і художній смак;
- добре розвинене образне мислення;
- посидючість, акуратність.

Шлях до отримання професії

Раніше верстальниками найчастіше ставали набірники, зараз – випускники спеціалізованих комп'ютерних курсів, ВУЗів, ліцеїв, творчо настроєні самоуки, а інколи секретарі, що навіть перекваліфіковувалися, офіс-менеджери, системні адміністратори. Окрім цього, в професію приходять люди, що цікавляться комп'ютерами. Проте останнім часом широке поширення ПК і стрімке збільшення числа користувачів приводять до того, що,

освоєння програм, що надихнули легкістю, версткою починають займатися ті, хто не має базових знань технічних процесів і основ дизайну, а це у свою чергу негативно впливає на якість технічної і візуальної складових видань.

Друкар

Загальна характеристика професії:

Готує машину та матеріали до друку. Заповнює машину папером, заливає ящики фарбою. Проводить регулювання друкарського апарата. Забезпечує процес друкування і намотування продукції в рулон. Усуває неполадки в роботі, проводить очищення і змащування машини.

Спеціаліст повинен знати:

Принципи плоского друку; формати видань; сорти паперу; нумерацію фарб; рецептуру використовуваних розчинів; технологічний процес виготовлення форм плоского друку негативним і позитивним способами копіювання; принцип відтворення напівтонових і багатофарбних оригіналів в плоскому друці; вимоги до друкарських форм, відтисків, зошитів; прийоми регулювання офсетних машин різних типів.

Вимоги до індивідуальних особливостей:

Поєднання високої концентрації і розподілу уваги, спостережливість, наочно-дієве мислення, можливість розрізняти кольори, просторова уява.

Медичні протипокази:

Стійке зниження зору, відчуття кольору. Захворювання шкіри, дихальних шляхів, органічні захворювання центральної нервової системи, порушення рухових функцій.

Кожна людина щодня стикається з роботою друкаря. Це можуть бути як газети і журнали, так і різні рекламні брошури, буклети, календарі, наклейки тощо. Друкар бере безпосередню участь у виготовленні всієї цієї та іншої друкарської продукції.

В обов'язки друкаря входить повний контроль над всім процесом друку, своєчасне усунення браку, якщо такий є і, звичайно ж, здача замовлення в строк. На сьогодні професія друкаря затребувана. Це пов'язано із зростаючим відкриттям рекламних агентств, які займаються виготовленням рекламної поліграфічної продукції. Ці компанії друкують листівки, календарі, буклети тощо. Попит на рекламну продукцію такого роду підвищився, а значить, підвищився попит і на працівників сфери поліграфії. Також дуже багато компаній-виробників замовляють друк наклейок для своєї продукції. Наклейки є своєрідною рекламою продукції, що випускається, і, слугують просуванню товару. Тому вимоги до виробника таких наклейок – досить високі.

Окрім друку всілякої поліграфічної продукції, друкар займається післядрукарською обробкою, тобто порізкою, ламінуванням тощо. Також він готує машину до друку, контролює процес друку і, займається обслуговуванням друкарської машини.

У зв'язку з тим, що друкарі все більше стають потрібні в приватних поліграфічних компаніях, які проводять друк наклейок, рекламних плакатів, брошур, календарів та іншої рекламної поліграфічної продукції, до них пред'являються дуже високі професійні вимоги. Друкар повинен володіти знаннями технічних вимог до друкарських форм і обов'язково повинен знати способи корегування кольору фарби відповідно до оригінала. Він повинен знати усі сорти паперів і фарб, що застосовуються, а також їхні властивості.

Друкарем можна стати, закінчивши поліграфічні професійно-технічні училища і коледжі. Професію можна також здобути у Львівській академії друкарства, яка готує спеціалістів за даним напрямком. Можна закінчити спеціалізовані курси друкарів. Друкарі працюють в рекламних агентствах, які мають власне виробництво. Також вони можуть працювати в друкарнях і дизайн-

студіях, тобто там, де є друкарські верстати. На роботу можна влаштуватися і без спеціальної освіти, але лише учнем. З набуттям досвіду роботи друкар отримує розряд, який з часом може зростати. Усього розрядів вісім, з них восьмий – найвищий.

Журналіст

В сучасному світі журналісти і репортери є тією силою, що формує громадську думку і впливає на неї. Журналісти передають новини та інформацію по цілому світу. Завдяки оперативній роботі журналістів, люди дізнаються про те, що відбувається в близьких і далеких куточках світу. Журналісти займаються активним пошуком нової інформації. Вони знаходяться в центрі подій і прагнуть знаходити цікаві для людей теми. Взагалі, журналістика – це не просто професія, це покликання, це особливий світогляд. І найважливіше для журналіста – серед багатьох подій, знаходити пояснення фактам, втілювати свої думки в точні і зрозумілі слова. Щоб отримати матеріал для статей і передач, журналісти беруть інтерв'ю у людей, відвідують прес-конференції, збирають інформацію із різних офіційних і неофіційних джерел. Є журналісти, які пишуть на загальні теми, а є такі, які спеціалізуються на вузьких, як наприклад, на економіці або спорті. Частина журналістів займаються лише пошуком і написанням новин, а інша прагне розглядати тему глибше, додавати коментарі і виділяти підоснову. У роботі журналіста може, звичайно, інколи з'являтися рутинна, але ця робота ніколи не буває монотонною, тому що завжди з'являється щось нове. Хороші журналісти відомі в народі, їх цінують і поважають.

Спеціальну професійну підготовку отримують на факультетах журналістики. Закінчивши навчання, випускник може зайнятися наступними видами діяльності:

1. Позаштатний кореспондент або «фрілансер». Це незалежний журналіст, що пропонує свої матеріали виданню. Живе на гонорари, які отримує за публікацію своїх творів і їх передрук.

2. Власний кореспондент. Обов'язки – збір інформації, надання свіжих новин. Повинен знати про все: від мітингів до концертів. На відміну від позаштатного кореспондента постійний співробітник газети отримує зарплату та гонорар.

3. Репортер. Це автор «новинних» жанрів. Повинен завжди знаходитись в центрі подій.

4. Ведучий рубрики, тобто постійного розділу в газеті, журналі, радіо або в телепрограмі.

5. Відповідальний секретар. Допомогає погоджувати роботу відділів, контролює всю роботу з випуску свіжого номера, починаючи із складання попереднього плану номера до верстки і здачі макета у друкарню.

6. Головний редактор. Відповідає за підготовку матеріалів до друку і вихід номера. Створити стиль газети або журналу може лише яскрава особистість.

7. Непогано може заробити журналіст, що знайшов себе в рекламі. Перспективний новий напрямок, що з'явився протягом останнього десятиліття, – зовнішня реклама (щити, вивіски, вітрини).

8. Робота на радіо і телебаченні передбачає і написання сценаріїв, і озвучування текстів, підготовку своїх програм, вихід у прямий ефір. Це радіомовлення, ді-джеї, диктори, звукорежисери, оглядачі, коментатори.

9. Журналістською елітою завжди вважали «міжнародників» і вимоги до них, як і раніше, високі: знання кількох іноземних мов, знання історії та культури тієї країни, де вони працюють.

Умови праці

Робочий час журналістів нелімітований, тому що у світі постійно відбувається щось нове, про що журналісти повинні інформувати людей. Журналісти ранкових газет працюють з полудня до пізньої ночі, журналісти вечірніх газет – вранці. Нерідко журналістам доводиться витримувати дуже високий робочий темп, тому що газети і програми новин бажають свіжих, але ґрунтовних новин, а успіх приходить до тих каналів новин чи видань, які встигають інформувати людей про події найбільш оперативно і точно. Таким чином, розумова напруженість в роботі журналіста дуже висока, і журналіст повинен не «згоріти» на роботі. Журналіст повинен сам знаходити для себе роботу, тому що зазвичай редактор газети дає лише загальний напрямок. Робити остаточний вибір способу наближення, знаходити інформацію, домовлятися про інтерв'ю і збирати коментарі – все це входить у обов'язки самого журналіста. Для знаходження цікавої інформації журналіст повинен використовувати різні засоби і методи - це і робить працю журналіста важкою, але при цьому і цікавою. Майже половина робочого часу журналістів витрачається на пошук матеріалу та інформації, а друга половина – на написання статей і новин.

Необхідні знання, навички та риси характеру

Для посади журналіста бажано мати вищу журналістську освіту, але в засобах масової інформації плідно працюють представники й інших сфер діяльності. У хорошого журналіста мають бути хороші навички вираження думки і відчуття мови. Журналістський талант і легке перо підвищують продуктивність праці журналіста і роблять статті такими, які легко читаються. Журналіст повинен помічати деталі і дрібниці, вміло використовувати свою інтуїцію. Для журналіста, що спеціалізувався на якій-небудь певній темі, природно, необхідні

грунтовні знання саме у цій галузі, але в цілому журналісту не зашкодить широкий кругозір і знання із різних сфер життя.

Копірайтер

Характеристика

Назва професії походить від англійських слів "copy" (в одному із значень - текст рекламного оголошення) і "write" (писати), що дійсно відповідає обов'язкам копірайтера, які полягають в написанні текстів рекламного характеру - від назви рекламованого продукту і слогану до цілої статті або сценарію ролика. Професійна діяльність, перш за все, має на увазі аналіз, порівняння і інтерпретацію даних, пропозицію нових рішень. Для виконання основного завдання діяльності потрібна періодична взаємодія з людьми, обмін інформацією з колегами. Мета спеціаліста – повідомити яскравою і зрозумілою мовою інформацію в заданому форматі про переваги рекламованого товару або послуги.

Освіта

Сьогодні в жодному вузі не навчають такої професії, як копірайтер. Не існує і незалежних курсів, на яких би посвячували в основи цього ремесла. Проте є школи-студії і підготовчі програми при найбільших рекламних мережах. Також є можливість отримати початковий досвід в ході стажувань або проходження практики в рекламних агентствах, багато з яких організовують тренінги для своїх співробітників, але для того, щоб в них брати участь, потрібно добитися зарахування в штат компанії.

Успіх в цій професії може чекати тих, хто вміє майстерно працювати із словом: журналістів, лінгвістів, філологів, перекладачів. Головне - розуміти, для кого і з якою метою пишеться текст.

Найчастіше при прийомі на роботу співробітників без необхідного досвіду працедавці керуються не записами в дипломі,

а результатами творчих конкурсів і тестових завдань для початківців.

Суміжні кар'єри

В більшості випадків на посаду копірайтера приходять журналісти, фахівці з філологічною і лінгвістичною освітою. На ній сповна можлива часткова зайнятість і різні режими роботи (віддалена, фріланс), тому частенько на цю позицію претендують молоді фахівці, які прагнуть креативної діяльності і побудови кар'єри в рекламній індустрії.

Взагалі, стати копірайтером може будь-яка людина, що володіє:

- аналітичним мисленням, оскільки потрібно правильно задати напрям думки;
- творчими здібностями, для того, щоб підійти до рішення задачі нестандартно, придумати ідею, яка відповідатиме брифу і буде відповідати потребам клієнта;
- хорошими знаннями мови, що дозволяють виражати думки образно, яскраво і зрозуміло для певної цільової аудиторії.

Професійно важливі якості:

- екстравертированість (орієнтація на взаємодію з людьми, товариськість);
- увага до деталей;
- розвинений об'єм уваги (здатність одночасно сприймати декілька об'єктів);
- здібність до створення образу за словесним описом;
- здібність до образного представлення предметів, процесів і явищ;
- просторово-образне мислення;
- творче мислення;
- ерудованість;

- комунікативні здібності (здібності спілкування і взаємодії з людьми);
- музичні здібності;
- навички письмового викладу інформації;
- навички креслення;
- схильність до конструювання і проектування;
- здатність займатися тривалий час кропіткою роботою.

Функціональні обов'язки

Серед основних обов'язків копірайтера можна відзначити наступні:

- участь у виробленні стратегії рекламної кампанії;
- пропозиція креативних ідей для просування рекламних продуктів;
- створення статей рекламного характеру, слоганів, сценаріїв;
- адаптація і редагування рекламних текстів.

Функціональні обов'язки копірайтера, якщо уточнювати формулювання «написання рекламних текстів», досить сильно можуть залежати від конкретного агентства. В одних агентствах коло обов'язків копірайтера дуже широке: фахівці працюють з текстами різних форматів і на різні теми для всіх носіїв, пропонують свої ідеї при розробці рекламних кампаній. Проте їм майже не доводиться мати справи з адаптацією, тобто з переведенням ідей і текстів, створених зарубіжними рекламними фірмами. У інших же агентствах, навпаки, можуть спеціалізуватися на адаптації, або на певному медіанапрямі, або на завданнях клієнтів з вузької сфери бізнесу, наприклад фармацевтики або туризму.

Окрім уміння писати для копірайтера вкрай важливим є уміння слухати, аналізувати і ставити питання, щоб вибрати зі всього об'єму інформації про рекламований продукт найбільш

важливі для цільової аудиторії відомості, розставити їх в порядку пріоритету і використовувати для створення рекламних текстів.

Навики

Копірайтер в рекламному агентстві повинен вміти працювати в команді, нерідко в авральному режимі і в будь-якій обстановці. Письменник, що потребує повної тиші і окремого кабінету, для того, щоб творити, не зможе стати копірайтером. Окрім відмінного володіння українською мовою і відчуттям стилю, в більшості компаній авторам рекламних текстів необхідно вільно знати англійську мову, у тому числі для адаптації іноземних рекламних текстів, а також впевнено користуватися ПК та Інтернетом.

Плюси та мінуси

Основним плюсом професії копірайтера в рекламному агентстві є широкий спектр поставлених перед ним завдань. Працюючи з різними форматами і жанрами, спеціаліст постійно розширює свій кругозір, відточує і нарощує необхідні навички - стає «професіоналом-багатоверстатником».

В великих рекламних агентствах, де великий штат копірайтерів ділиться по напрямках, такого «обхвату» може і не бути, зате у вузькій спеціалізації, наприклад, в написанні сценаріїв радіороликів, копірайтер стане асом. Правда, називати його будуть вже сценаристом радіореклами.

Основний мінус в роботі копірайтера - відсутність можливості відпочити від неї. Включившись в процес і почавши думати над поставленим завданням, зосереджений професіонал продовжує виношувати думку і після роботи, і на вихідних, намагаючись черпати ідеї зі всього, що відбувається довкола.

Перспективи

Талановитий копірайтер, що володіє художнім смаком, здатний досить швидко вирости до керівника креативної групи або до креативного директора. А розвиваючи кар'єру в

горизонтальному напрямі, такий фахівець може запропонувати свої послуги з написання текстів в іншій професійній області (наприклад, в політичному піарі, де чітке знання цільової аудиторії і віртуозне володіння словом дуже затребуване), стати спічрайтером, журналістом або письменником.

Тепер розглянемо основні спеціальності у журналістському трудовому колективі. У персоналі видання розрізняють творчу, технічну і комерційну частини. Виконавчу ударну ланку творчої частини представляє насамперед *кореспондент*, що є головним постачальником газетних матеріалів. Раніше в газетах в середньому припадало 2,5 кореспондента на один відділ. Сьогодні з розширенням послуг інформаційних агенств і особливо розвитком інтернету ця цифра становить 1,5.

Дослідники преси визначають ще й таку пропорцію: один журналіст, в тому числі керівної ланки — на 1000 примірників газети. Ця залежність справедлива для нашого випадку щоденної газети тиражем до 50 тисяч примірників. У великій щоденній газеті з накладом понад 200 тисяч, (в Україні таких лічені одиниці — «Сільські вісті», «Факты», «Сегодня», деякі інші видання тимчасово – на період виборчих кампаній) можуть працювати до 150 працівників керівної і творчої ланок. Наприклад, у провідній німецькій газеті «Франкфуртер альгемайне» таких співробітників понад триста у центральній редакції, не рахуючи кореспондентів у регіонах.

Кореспондентська посада має декілька варіацій. *Оглядач* – це досвідчений журналіст у відділі, який здебільшого спеціалізується на аналітичних жанрах, має свою вузькотематичну нішу (наприклад, парламентський оглядач відділу політики). *Спеціальний кореспондент* може працювати поза рамками відділу і виконує найвідповідальніші доручення керівної ланки. *Власний*

кореспондент працює в іншому регіоні, повинен бути «редакцією в одній особі», самостійно обираючи тему, збираючи інформацію, готуючи публікацію. Водночас його робота має переваги вільного творчого графіка, а також необмеженого використання інформації колег з місцевих видань, телевізійних і радіостанцій.

Іншими важливими газетно-журнальними спеціальностями є такі. **Випусковий** — відповідальний працівник секретаріату, заступник або помічник відповідального секретаря. **Літературний редактор** чатує, чи не припускаються дописувачі помилок, яких наука філологія виділяє чотири типи: логічні, стилістичні, мовні, пунктуаційні. **Керівник комп'ютерного центру** відповідає за впровадження і належну підтримку інформаційних технологій сучасного газетно-журнального виробництва. Технічна ланка його підлеглих може нараховувати до десяти спеціальностей (дивіться вправу в кінці розділу), кожна з яких в кожному взятому окремо підприємстві може мати кілька варіантів назв (наприклад, керівник інформаційного центру, технічний директор тощо).

Новою спеціальністю останнього десятиліття є **директор з маркетингу**.

Його обов'язки мають декілька напрямків. По-перше, дослідження читацької аудиторії. По-друге, вибір стратегії розповсюдження видання. Якщо продаж, у роздріб чи за передплатою, якщо за передплатою, то за допомогою державної служби поштового зв'язку «Укрпошта» чи альтернативних служб?

Нарешті, на нього можуть покладатися функції комерційного директора. Як свідчить практика, найголовніше завдання останнього - забезпечення видання папером, витрати на який становлять до 60% прямих витрат періодичного видання. Директор з реклами, навпаки, забезпечує 70% надходжень. Саме стільки за сучасними світовими тенденціями розвитку преси становлять прибутки газети від реклами.

Комерційна ланка в сучасних виданнях передбачає також посаду піар-менеджера, який інтенсивно співпрацює з журналістами, рекламістами, розповсюджувачами газетно-журнального продукту з метою збору інформації або внесення власних пропозицій для збільшення тиражу або читацького загалу, зростання надходжень від реклами, утвердження позитивного іміджу видання в очах громадськості, що досягається старанним служінням її інтересам.

Залежно від величини видання у директора з маркетингу можливий співробітник — *менеджер зі збуту*, який наглядає за процесом доставки продукту до рук споживача. На важливу технічну посаду секретаря редакції покладається менеджмент персоналу, закупівлі і облік матеріалів.

Кожне приватне або колективне підприємство як суб'єкт господарювання сучасних газети або журналу встановлює власний оптимальний кадровий підбір у формі штатного розпису. Штатний розпис — перелік посад і спеціальностей по структурних підрозділах певного підприємства із зазначенням кількості штатних одиниць, інколи із зазначенням посадових окладів. Штатний розпис може переглядатися щороку, оскільки підлягає щорічному контролю у фінансових органах.

Сучасна практика і стрімкий розвиток видавничого бізнесу призводять до появи нових спеціальностей у штатному розписі — колумніст, рерайтер, бренд-менеджер, проект-менеджер. Вплив міжнародної менеджментської практики і наслідки технічної революції особливо помітні на появі нових назв посад у комерційній і технічній ланках.

1.3. Етичні основи редагування (за З. В. Партико)

У тоталітарних суспільствах межі втручання редактора в авторський оригінал достатньо широкі, особливо це стосується контролю дотримання політичних норм. У демократичних суспільствах межі втручання редактора в оригінал значно вужчі й регламентуються законодавством про авторське право.

Розглядаючи межі втручання редактора в авторський оригінал, зазначимо, що аналогічними чи дуже близькими до застосовуваних в Україні вони є і в інших демократичних державах.

Отже, *редактор не може вносити в тексти повідомлень жодних виправлень, оскільки чинне законодавство (наприклад, в Україні ст. 13 Закону «Про авторське право та суміжні права») забороняє це робити.* Однак відхилення знижують якість повідомлень, а це веде до зниження прибутку ЗМІ, з чим вони погодитися не можуть. Тому *ЗМІ, виходячи зі своїх прав та цілей, просто відмовляються від опублікування повідомлень низької якості (питання про передавання чи непередання якогось повідомлення в інформаційний простір належить до виключної компетенції лише самого ЗМІ; ст. 36 Закону «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»).* Звичайно, це суперечить інтересам авторів, метою яких є максимальне поширення своїх повідомлень.

Враховуючи сказане, слід визнати, що **межею втручання редактора в текст є «мовчазний» компроміс, який виникає під час редагування між автором і редактором: редактор не може внести в текст жодного виправлення без згоди автора, проте може відмовити авторові в опублікуванні повідомлення.** Іншими словами, межі втручання редактора в авторський текст – це

результат компромісу між тим, чи виправляти, і тим, чи публікувати.

Укладання «мовчазного» компромісу між редактором та автором проходить у два етапи. На першому етапі умови компромісу визначає редактор: «Або Ви [автор] погоджуєтеся на виправлення і тоді я [редактор] публікуватиму Ваше повідомлення, або, коли Ви не згодні на виправлення, я повідомлення не публікуватиму». **На другому етапі умови компромісу визначає вже автор:** «Гаразд, я [автор] згоден на Ваші [редактора] виправлення, але тільки в тих межах, які я дозволю».

Оскільки автори об'єктивно мають різну кваліфікацію і різну суб'єктивну самооцінку, то вони встановлюють для редакторів різні межі втручання в текст – від максимальних («Редакторе, виправляйте все, що Ви вважаєте за потрібне!») до мінімальних («Будь ласка, не виправляйте жодної літери без моєї згоди!»).

Звичайно, редактор повинен узгоджувати з автором будь-яке виправлення, навіть найдрібніше (наприклад, така вимога зафіксована в ст. 42 Закону «Про телебачення і радіомовлення»). Це створить в уяві автора позитивний образ редактора і дасть змогу редакторові в майбутньому робити вже інші потрібні й значно істотніші виправлення.

Межі втручання редактора в текст повинні бути диференційовані також залежно від того, яким є виправлення: однозначним, неоднозначним чи багатозначним. Так, **однозначні** виправлення редакторові доцільно робити відразу, образно кажучи, «ручкою», а от **творчі** – краще «олівцем». Однозначні виправлення в екстремальних ситуаціях (наприклад, якщо неможливо узгодити їх із автором під час верстання газети) редактор може виконувати навіть самостійно, беручи на себе всю юридичну відповідальність за внесені зміни, а щодо творчих – цього робити не можна ніколи.

У тому випадку, коли автор необґрунтовано суперечить внесенню виправлень, редактор завжди може повернутися до укладання компромісу першого етапу, тобто до відмови авторові в опублікуванні повідомлення.

Говорячи про межі втручання редактора в текст, слід також згадати й про те, **що існують повідомлення, які взагалі заборонено виправляти. До їх числа належать офіційні документи (наприклад, законодавчі акти), твори класиків тощо.** Виправляти в таких текстах слід лише дуже грубі помилки, вказавши в примітці, як було написано в оригіналі і хто вніс виправлення.

2. Редакційно-видавничий процес

2.1. Етапи редакційно-видавничого процесу

Редакційно-видавничий процес — це сукупність обумовлених практикою книговидання послідовних дій видавничих працівників, спрямованих на підготовку і випуск у світ того чи іншого виду видавничої продукції.

Редакційно-видавничий процес складається з кількох етапів:

Підготовчий (пошук потрібного автора та оригіналу)

Редакційний (рецензування, перше читання, літературне редагування, технічне редагування, верстка, читання верстки, виведення верстки на папір, звірка, виведення оригінал-пакета на плівки, художнє оформлення)

Виробничий (поліграфія)

Маркетинговий (реалізація)

Підготовчий етап

Цей етап починається задовго до того, як редактор за допомогою електронного або механічного пера почне працювати з авторським оригіналом. Створений конкретним автором, такий

оригінал ще потрібно знайти. Видавцеві також необхідно переконатися в тому, що саме цей оригінал відповідає профілю видавництва, і якщо його втілити у книжкове видання, він знайде споживача й окупить витрати. Таким чином, *пошук автора й оригіналу* є чи не найважливішою справою на цьому етапі дій видавця або редактора.

Як уже зазначалося раніше, термін «авторський оригінал» прийшов недавно на заміну терміну «рукопис», оскільки рукописні тексти сьогодні до видавництв уже майже ніхто не подає.

Авторським оригіналом називається подана автором для редакційно-видавничої обробки творча або наукова праця з усіма її необхідними компонентами (основний, допоміжний і додатковий тексти, а також оригінали ілюстрацій з необхідними до них підписами).

Видавничим оригіналом називається той же авторський оригінал після його обробки у видавництві до готовності виведення оригінал-макета на плівки з доданими оригіналами зовнішнього оформлення й видавничою специфікацією.

Як же потрапляють авторські оригінали у видавництво?

Існує декілька найпоширеніших шляхів:

- «самопливом»;
- через літературних агентів;
- через виставки, ярмарки й інші видавничі заходи;
- за індивідуальними замовленнями авторам.

«Самопливні» авторські оригінали у досвідчених видавців особливої довіри не викликають. Насамперед тому, що дуже рідко до видавництв потрапляють дійсно варті твори. У радянські часи таких рукописів було дуже багато, і робота з ними відбирала багато дорогоцінного часу, тому що за вимогами директивних органів, видавці змушені були детально розглядати всі без винятку (прислані поштою або передані власноручно) рукописи й готувати

у встановлений термін обґрунтовані відповіді. Найчастіше вони були негативними.

Зараз видавництва самі вирішують розглядати авторський оригінал чи не розглядати. У зв'язку з цим, деякі автори вдаються до різних хитрощів: до видавництв не тільки звичайною, але й електронною поштою розсилаються повні (або скорочені) варіанти оригіналів або окремі їхні розділи з анотаціями.

Шлях від автора до видавця нерідко пролягає через *літературного агента*. Останніми роками у розвинених країнах Заходу вже стало правилом: відомий і поважаючий себе автор ніколи не виконуватиме сам усю «чорнову» роботу з реклами і видання власного твору. Вони працюють лише тільки через літературних агентів. На Заході виконання цих функцій вже поставлено на професійну основу - їх готують на відповідних факультетах університетів. Ряди літературних агентів поповнюють високопрофесійні фахівці видавничої справи й авторського права, які добре обізнані з літературно-науковим середовищем, тенденціями книжкового й мультимедійного ринків. Вони виступають своєрідними посередниками між видавцем і автором, хоча насамперед представляють інтереси останнього. Завданням літературних агентів є відбір з наявних пропозицій ; або пошук такого оригіналу, який можна вигідно запропонувати до видання й отримати свій відсоток від обумовленої суми авторської винагороди. На жаль, у країнах з нерозвиненим видавничим бізнесом, до яких належить і Україна, редакторів рідко доводиться працювати з літературними агентами.

У цей час усе більше результативним стає спосіб виходу на майбутні видання через *виставки, ярмарки й інші видавничі заходи*. На міжнародних виставках-ярмарках уже віддавна успішно працюють своєрідні авторські майданчики. У Москві навіть виходить періодичне видання, що має назву «Біржа авторських

прав». Розміщені тут матеріали поділяються на такі рубрики: «Каталог» (пропозиції видання книг за тематичним принципом), «Проекти серій», «Знайомство з автором», «Представляємо видавництва», «Ярмарки, семінари, тусовки». Матеріали «Біржі» стали поширюватися через Інтернет. В Україні щось подібне робить «Літературна Україна», періодично знайомлячи своїх читачів з ненадрукованими наробками письменників. Більш детальна інформація про державні програми та заходи щодо популяризації української книги наведена в першому розділі книги. Достовірнішим з погляду доцільності й ефективності виходу на реалізацію конкретного видавничого проекту є четвертий із запропонованих шляхів отримання цікавого авторського оригіналу-*за індивідуальним замовленням автора*. Відповідно до профілю видавництва й розробленої видавничої програми, редактор сам шукає такого автора й запрошує його у видавництво. Очевидно, що видавець, який насамперед з економічного боку дуже зацікавлений у реалізації такого замовлення, піде на те, щоб укласти договір з автором ще до написання оригіналу й виплатити йому певну суму авансу. В іншому разі, автор просто проігнорує замовлення або після його виконання запропонує твір іншому видавцеві на більш вигідних для себе умовах.

Наступною складовою підготовчого етапу редакційно-видавничого процесу є *прийом авторського оригіналу*.

У методичних матеріалах радянського періоду, адресованих редакторам, наводився досить чималий перелік вимог, яких повинні були дотримуватися автори, подаючи оригінали до видавництва. Авторам видавалися навіть спеціальні інструкції, існував також окремий галузевий стандарт, який встановлював нормативні вимоги до оригіналів.

З переходом видавничо-поліграфічної галузі на ринкові умови обидві сторони перестали дотримуватися більшості вимог. І все-

таки, незважаючи на «просунення» у технічному забезпеченні сучасних видавництв, ігнорування ряду вимог, сформульованих попередниками, досить часто призводить до негативних наслідків на різних етапах редакційно-видавничого процесу.

Правильно роблять у тих видавництвах, де поруч із електронною версією оригіналу вимагають його «твердої» копії, тобто роздруківки на папері. Перше ознайомлення з «плюсами» й «мінусами» оригіналу все-таки краще з паперового варіанта. Що ж до самої електронної версії, то редакторів на етапі прийому оригіналу важливо з'ясувати, у якій програмі здійснювався набір, виконані графічні матеріали, які шрифти використовувалися, чи стикуватимуться надані автором файли із програмами, що використовуються у видавництві. Особливої уваги заслуговують електронні версії текстів, набраних за рубежом. Видавець-початківець нерідко не знає, що переважна більшість текстів, скажімо, у Канаді або США набирається на комп'ютерах із системою Macintosh, тоді як у Європі перевага надається системі Windows. Звичайно ж, файли можна «перегнати» з однієї системи в іншу, але це повинні зробити професіонали.

У зв'язку з цим, редактор висуває авторіві такі обов'язкові вимоги:

- оригінал має бути підписаний автором із зазначенням **дати подання** його у видавництво;
- оригінал має бути **комплектним** і повністю **завершеним**.

Кілька зауважень щодо цих вимог.

Підпис і дата, вказані рукою автора, можуть бути важливими під час визначення строків підготовки оригіналу й інших умов договору.

Комплектність оригіналу передбачає наявність у ньому всіх його складових: змісту, анотації, бібліографічних посилань,

передмови (післямови), покажчиків, додатків та інших елементів, залежно від виду й складності видання, а також ілюстративного матеріалу.

Цілковито закінчений автором твір - гарантія того, що в процесі редакційної підготовки не виникнуть проблеми з дотримання графіка проходження оригінал-макета у видавництві й випуску готового видання на поліграфічному підприємстві.

Поспішність, обіцянка автора надати останні розділи «найближчим часом», або зробити необхідні вставки вже у верстці видання можуть дорого обійтися самому видавництву й викликати претензії автора до видавців.

Правда, бувають випадки, коли видавництво свідомо приймає «сирий» оригінал. Це коли тема дуже «гаряча», сенсаційна, і автор, володіючи і фактами, не здатний надати йому прийнятної літературної форми. Або їж, коли замовник повністю фінансує витрати. Наприклад, це можуть бути термінові видання до пам'ятних або ювілейних подій. У таких випадках видавництво терміново шукає «співавтора», яким, як правило, є досвідчений і надійний редактор.

На цьому етапі редактор також готує *первинні документи* для оформлення облікової картки видання.

До неї належать:

- *творча заявка від автора, написана на ім'я керівника видавництва;*
- *розгорнута анотація або план-проспект видання;*
- *інформація про самого автора, включаючи точні паспортні дані;*
- *ідентифікаційний код.*

Ігнорувати на початку такими, на перший погляд, дрібницями не можна. Адже інформація, наявна в цих документах, необхідна

для складання проекту угоди з автором, початку редакторської роботи з оригіналом.

Редакційний етап

Після узгодження всіх питань підготовчого етапу (пошук потрібного автора, прийом авторського оригіналу й збір первинних документів для оформлення облікової картки видання) починається новий етап редакційно-видавничого процесу, що зветься редакційним.

Перед тим, як поставити отриманий оригінал на конвеєр редакційної обробки, редакторів в деяких випадках доведеться вирішувати ще одне питання, пов'язане з **рецензуванням**. У яких же випадках майбутнього видання воно є **обов'язковим**? Тоді, коли готуються до друку:

- *підручник або навчальний посібник із грифом Міністерства освіти та науки України;*
- *будь-який вид навчального видання з рекомендацією навчального закладу або наукової установи, якщо це видання здійснюється не на договірних засадах;*
- *довідкове, енциклопедичне видання;*
- *наукове, науково-популярне видання.*

Питання спрощується, коли до видавництва надходить оригінал уже з рекомендаційним грифом. Це означає, що непросту процедуру рецензування взяв на себе автор або навчальний заклад, де він працює. Як правило, це буває з нормативними підручниками, авторами яких є відомі у своїй галузі фахівці. У більшості ж випадків «пробиванням» грифів займаються самі видавці. Для цього необхідно впевнитися, що запропонований до видання оригінал є з будь-якого погляду якісним. Такої впевненості можуть додати (або розвіяти) рецензії фахівців.

Рецензія - критичний документ, у якому розглядається й оцінюється пропонований для публікації твір (зовнішня

рецензія, призначена для публікації в пресі) або оригінал майбутнього видання (внутрішня рецензія, виконана за замовленням видавництва чи навчального закладу).

Надсилаючи оригінал на рецензування, видавництво підписує угоду з рецензентом, у якій чітко обумовлюються строки подачі рецензії й розмір винагороди за виконану роботу.

Редактор, приймаючи рецензію, повинен звернути увагу, наскільки правильно й повно вона оформлена. Рецензія складається з трьох частин: загальної, посторінкового розгляду й висновку.

Змістовна частина рецензії містить обов'язковий розгляд повноти твору за такими параметрами:

- місце рецензованої роботи серед уже опублікованих на цю тему;*
- новизна роботи;*
- актуальність теми;*
- повнота розкриття матеріалу;*
- відповідність темі відібраного ілюстративного матеріалу;*
- доступність стилю написання для читацької аудиторії, якій призначено видання.*

Якщо в рецензії є суттєві зауваження до структури або змісту, їх доведеться усувати авторові до початку редагування. Зауваження й побажання, які по суті не впливають на структуру твору, можуть бути враховані в процесі редагування.

У видавничій практиці нерідко зустрічаються випадки, коли видавці ігнорують негативні оцінки рецензентів і видання випускають у світ. При цьому мають насамперед комерційну мету, хоча грубо порушуються не тільки норми видавничої етики, але й авторські права.

Отже, після рецензування починається безпосередньо редагування. У зв'язку із суцільною комп'ютеризацією видавництв і перенесенням сюди з поліграфічних підприємств практично всіх процесів, пов'язаних з набором, верстанням, макетуванням і виведенням оригінал-макета видання, придатного для поліграфічного відтворення, редакційний процес у різних видавництвах організований по-різному. У переважній більшості малих видавництв, які випускають за рік декілька видань, майже всі функції їх підготовки до друку (набір, верстання, редагування, включаючи технічне й художнє, коректуру) здійснює одна людина. В принципі, виконання однією людиною декількох важливих функцій редакційно-видавничого процесу можливе, однак це неминуче позначиться на якості підготовки видання.

Практика видавничої справи вже показала, що одна людина не може бути і редактором, і коректором одного й того ж видання. Якою б грамотною і досвідченою вона не була, помилки в оригінал-макеті будуть неминучими. Пояснення просте: при повторному читанні того ж тексту відбувається звикання до нього, тому видавничі й коректорські «чортики» і вже не так помітні. Потрібна «свіжа голова».

Сьогодні деякі вчені й практики, що поспішають здійснити «революцію» у редагуванні, оголосили коректуру зайвою ланкою редакційно-видавничого процесу, а сам цей процес пропонують спростити за рахунок і ліквідації коректурного обміну на папері. До чого призводить така непрофесійна поспішність, легко переконатися, коли дивишся новинки деяких комерційних видавництв. Оригінал-макет поки що не можна доводити до кондиції лише на екрані - без паперового його варіанта. Ця вимога особливо актуальна, коли йдеться про серйозні, престижні видання.

Таким чином, не беручи до уваги «новаторства» малих видавництв, і зосередимо увагу на одному з **оптимальних варіантів порядку проходження і оригіналу в редакції середнього або спеціалізованого видавництва**. Він полягає у наступному:

1. Перше читання (або детальний перегляд) оригіналу редактором на екрані комп'ютера або на папері. (Раніше обов'язковою умовою завершення першого читання було складання редакторського висновку й затвердження його головним редактором. Нині переважна більшість видавців цю вимогу радянського видавничого процесу ігнорують).

2. Редагування тексту редактором на екрані комп'ютера. У ряді випадків, наприклад, коли передбачений науковий редактор, таке редагування може здійснюватися на папері, з наступним внесенням виправлень оператором.

3. Робота з відредагованим текстом технічного й художнього редактора перед верстанням (вибираються гарнітури й розміри шрифтів, а також різноманітні виділення, спуски; вказуються місця для художнього оформлення, колонтитулів, колонцифр тощо).

4. Верстання відредагованого тексту в конкретному форматі й відповідно до вказівок технічного й художнього редактора (здійснюється оператором або верстальником).

5. Читання першої верстки; звірення редакторських виправлень; коректорські процеси зчитування й вичитування. Ці два процеси важливо розрізняти. *Зчитування* - це зіставлення зверстаного варіанта відредагованого видання з його оригіналом; *вичитування* передбачає усунення орфографічних, пунктуаційних і літерних помилок, правильне розміщення знаків, дотримання принципів уніфікації й однакового стилю подання тексту.

6. Виведення підписаної верстки на папір. Останнє звірення попередніх виправлень.

7. Виведення оригінал-макета на плівки.

8. Виготовлення, редагування, звірення й виведення на плівки художнього оформлення зовнішньої й внутрішньої частин видання (здійснюється спільно редактором і художнім редактором або дизайнером).

Виробничий етап

Виробничий етап редакційно-видавничого процесу починається з вибору видавництвом поліграфічного підприємства й укладання з ним договору на друк видання й передачу оригінал-макета з усіма необхідними документами (лист видавництва, комплектний оригінал, технічна видавнича специфікація й договір з поліграфічним підприємством).

З цього моменту вся подальша робота щодо перетворення оригінал-макета в конкретне видання здійснюється поза межами видавництва. І хоча поліграфічне підприємство зацікавлене в якісному виконанні замовлення видавця, на цьому етапі є кілька важливих процесів, які не можуть завершитися без участі редактора.

Це процеси звірення й підписання до друку:

- а) відбитків художнього оформлення, зроблених після кольороподілу;
- б) чистих аркушів внутрішньої частини видання перед формуванням книжкового блока;
- в) сигнального примірника.

Видавнича практика переконує, що редакторський контроль на цьому завершальному відрізку складного шляху проходження видавничого оригіналу приховує в собі чимало прикрих несподіванок.

Наведемо деякі можливі помилки.

У художньому оформленні:

а) невідповідність гами кольорів, запропонованих художником у макеті видавництва, і реального друкованого відбитку (певні кольори можуть зникнути або замінитися на інші в результаті якогось дрібного Втручання препрес-інженера на етапі кольороподілу після підписання макета художнього оформлення до друку);

б) літерні помилки в прізвищах авторів і заголовках видань, що з'явилися в результаті поверхового читання редактором (наприклад, Сулікова замість Кулішова);

в) літерна або текстова розбіжність між написами на обкладинці н корінці видання;

г) розбіжність у назвах розділів змістовної частини видання й шмуцтитулів.

У книжковому блоці:

а) літерні помилки (культура видання вимагає у спеціальній клейці перед кінцевим форзацом указати виявлені на етапі звірення сигнальних примірників помилки і правильний варіант прочитання);

б) незаповнені текстом суміжні сторінки аркуша;

в) невідповідність ілюстрації змісту тексту;

г) перевернена сторінка (або цілий аркуш).

Тобто, якісне завершення виробничого етапу, як і в цілому редакційно-видавничого процесу, значною мірою залежатиме від того, наскільки злагоджено попрацювали всі служби видавництва на двох попередніх етапах. Якщо не враховувати технічних недоліків друку, що іноді трапляються з вини друкарні, джерела всіх інших, явних і прихованих, І помилок, які стають помітними вже після виготовлення накладу, беруть початок у видавництві. А якщо користуватися давнім визначенням І редактора як директора конкретного видання, тоді зрозумілою стає роль І і

відповідальність представника цієї професії у створенні й подальшій і побудові будь-якого видавничого продукту.

Непросто визначити, звідки починається **маркетинговий** етап.

Маркетинг у видавничій справі – етап редакційно-видавничого процесу, який у переважній більшості середніх і великих видавництв настає після одержання редактором первинних документів від автора. Адже чим раніше буде продуманий і організований комплекс заходів, спрямованих на промоцію (просування на книжковому ринку) конкретного видавничого продукту, тим успішніше можна його реалізувати.

Завданням редактора на цьому етапі є написання такого рекламного тексту, який би відразу "запрацював" на створення високого іміджу майбутнього видання. Нерідко буває, що слабкий зміст книги компенсується успішною рекламою та іншими маркетинговими акціями. І, навпаки, прекрасне за змістом видання раптом "залягає" на складі, бо і каталожна картка, і анотація, і рекламні тексти для преси зроблені бездушно, непрофесійно, без живої іскорки.

Маркетингові витрати – це відносно нова стаття витрат, на збільшення якої керівники видавництв свідомо погоджуються з об'єктивних причин. В умовах жорсткої конкуренції серед видавців, яка дедалі загострюватиметься, виникає потреба в поживленні й урізноманітненні маркетингової діяльності. Йдеться передусім про рекламну продукцію видавництва (буклети, каталоги випущених видань, прайс-листи), оплату рекламної площі на сторінках фахових ви-дань (наприклад, "Друкарство", "Книжковий клуб-плюс", "Книжковий огляд", "Книжник-ревію" та ін.), оплату за замовлені фахівцям рецензії на но-винки, що публікуються в масових періодичних виданнях. Це також витрати

на презентації цікавих видавничих проектів чи окремих суспільно важливих видань.

2.2. Роль редактора, види редагування

Поняття редагування

Зважаючи на рівень розвитку сучасної вітчизняної й зарубіжної редакційно-видавничої справи, поняття редагування слід розглядати в широкому та вузькому розуміннях.

У широкому розумінні - редагування є видом професійної діяльності, пов'язаної з підготовкою до випуску різної видавничої продукції, а також теле-, радіопередач і кінофільмів. Така діяльність здійснюється здебільшого у сферах засобів масової інформації, книговидаванні й кінематографії.

У вузькому розумінні - редагування є складовою редакційно-видавничого процесу, що передбачає послідовне виконання редактором цілої низки організаційних, творчих і технічних функцій, спрямованих на вдосконалення змісту й форми призначеного до друку (передачі в ефір) твору, приведення його у відповідність до загальноприйнятих вимог і правил.

Спроби формалізувати творчість (письменника, журналіста, редактора, художника), виділити й підрахувати «творчі й нетворчі операції» здійснювалися неодноразово. Але вони щоразу зазнавали невдачі. Причина одна - суб'єктивна особистість редактора.

Можна виділити два основних типи особистості редактора - «інженерний» і «творчий».

Так, наприклад, той самий текст обробляють два різних редактори. І обидва тексти можуть бути цілком задовільними. В одному будуть ретельно виправлені всі помилки, уніфіковані всі його складові, він матиме логічну й мотивовану структуру, а виклад матеріалу не зачепить «за живе» нікого, читач відкладе його

вбік після прочитання декількох абзаців або сторінок. В іншому - той же матеріал буде викладений більш художньо, викликатиме якісь асоціації, думки.

У першому випадку текст правив «інженерний» редактор, котрий, як машина, сліпо дотримувався норм, у другому - «творчий». Звичайно ж, золота середина, - коли ці два типи поєднуються в одній особі.

Крім того, співвідношення творчих і нетворчих основ у редагуванні залежатиме ще й від виду видання.

Розглянемо організацію процесу редагування й спробуємо виділити етапи, зміст і послідовність роботи редактора над оригіналом. При цьому слід пам'ятати, що такий розподіл є досить умовним. Розглянута *послідовність у кожному конкретному випадку залежатиме від декількох чинників:*

- *виду й складності оригіналу;*
- *міри його підготовленості;*
- *досвідченості редактора;*
- *організації видавничого процесу в конкретній редакції або видавництві.*

Етапи редагування

Основні етапи редагування:

- 1)перше, наскрізне читання;
- 2)доведення (разом із автором) оригіналу до комплектності;
- 3)робота над структурою (композицією);
- 4)визначення єдиного стилю подання тексту;
- 5)робота з допоміжною й службовою частинами видання;
- 6)робота над заголовками;
- 7)редакційне виправлення (із застосуванням різних видів редагування).

Перше, наскрізне читання

На підготовчому етапі редакційно-видавничого процесу редактор загалом уже міг скласти перше враження про оригінал, який він готуватиме до друку. Але перш ніж узятися за ручку (або почати правити на екрані комп'ютера), він зобов'язаний швидко прочитати весь твір.

Практика підтверджує, що редактори-початківці нерідко ігнорують цей етап і беруться правити текст, відразу ж, прочитавши перший абзац. Згодом може з'ясуватися, що не треба було витратити на це час, оскільки вся відредагована частина у взаємозв'язку з іншими складовими тексту матиме потребу в скороченні, корінній переробці чи перенесенні її в інше місце оригіналу. І такого висновку редактор може дійти лише після того, як прочитає весь твір, оцінить його, визначить сильні й слабкі сторони.

Методика першого читання може бути різною, це залежить насамперед від досвіду редактора. Досвідчені «акули пера» виробили свої критерії такого читання: спочатку вони звертають увагу на зміст і структуру твору; далі швидкий перегляд більшості сторінок, вибіркоче читання окремих параграфів у різних частинах оригіналу, з'ясування еkleктики викладення тексту, повторів, кількості логічних, значенневих або мовних помилок тощо. У початківців цей етап роботи може дуже розтягнутися. Але практика показує, що на цьому не слід заощаджувати час.

Отже, перше правило редагування: не можна починати редагувати текст (чи перекладати його з іншої мови), ретельно не ознайомившись із ним.

Таким чином, перше читання дає можливість редакторові визначити міру свого майбутнього втручання у текст, види й кількість виправлень.

Доведення (разом із автором) оригіналу до комплектності

Після першого читання стають явними недоробки автора. Насамперед це стосується комплектності оригіналу, тобто наявності всіх його складових частин. Відсутність посилань до розділів, недописаність окремих параграфів, відсутність ілюстрацій, незавершеність таблиць або схем - все це може стати серйозною перешкодою для роботи редактора, дотримання строків проходження оригіналу на всіх етапах редакційно-видавничого процесу. Тому на цьому етапі редагування слід уточнити, разом із автором, склад поданого оригіналу, виявити відсутні складові, і прийняти рішення: або відкласти роботу, або почати правити, домовившись із автором про кінцеві строки ліквідації недоробок.

Робота над структурою (композицією) оригіналу

Це відповідальний етап, від виконання якого залежатиме якість змістовної частини майбутнього видання. Йдеться, насамперед про структурну організацію всього тексту, логічного взаємозв'язку всіх його частин, незалежно від того, чи це журналістський твір, чи книжкове видання. Звичайно ж, книга вимагає більше уваги редактора.

Досвідчений і небайдужий редактор, отримавши від автора в цілому читабельний, але ретельно не структурований оригінал, добре попрацює над тим, аби тільки майбутнє видання було зручним для користування читачем. Особливо тоді, коли йдеться про підручник, посібник, науково-популярне видання або монографію. Безумовно, структура видання є кращою, якщо окремі розділи будуть розділені на параграфи, а ті, у свою чергу, на підпараграфи, але тільки досвідчений редактор може підказати як грамотно структурувати видання, щоб витримати загальну структуру викладу і його пропорційність.

Знову ж, тільки редактор зможе підказати авторові, чого не вистачає в цьому оригіналі. Наприклад, не вистачає контрольних запитань і завдань після кожної теми; або книга стане кращою від

того, якщо в ній буде подано вступне слово відомого фахівця із цієї проблематики; або ілюстративний матеріал слід урізноманітнити, а не подавати лише портрети; або до алфавітного покажчика необхідно додати ще й предметний і географічний. Цей ряд редакторських пропозицій щодо вдосконалення структури видання можна продовжувати.

Визначення єдиного стилю подання тексту

Дотримуючись у цілому загальних вимог підготовки для газетно-журнального й книжкового ринку друкованої продукції (випуску в ефір радіо- і телепрограм), кожна редакція або видавництво може мати свій власний стиль подання текстів або програм. Йдеться, зокрема, про форми розміщення основного, службового або допоміжного текстів, змісту, виділення заголовків, повноту опису бібліографічних посилань. Є ціла низка особливостей й у поданні деяких складових тексту. Так, наприклад, у написанні прізвищ переважаючим є європейський стиль - лише повні імена й прізвища, інші дотримуються старого підходу: або застосовують ініціали, або повне написання імен, по батькові й прізвищ. Те саме стосується й цифр, особливо у написанні століть, років, а також у географічних назвах. Єдиних критеріїв слід дотримуватися й у скороченому написанні окремих слів.

Друге правило: виробивши єдиний стиль подання тексту в конкретному виданні, редактор уже не може допускати різного подання складових тексту. Наприклад, в одному розділі в переліку прізвищ вказувати М. П. Петров, В.О. Шевченко, а в наступному - Микола Довгопол, Сергій Пилипенко.

Ознакою недостатнього редагування вважатиметься також застосування їв одному розділі слів область, район, село, місто, а в наступному - обл., р-н, с, м.

Робота з апаратом видання

Наявність і повнота в майбутньому оригінал-макеті допоміжної частини видання (додатків, бібліографічних описів, покажчиків, словників, посторінкових виносок, змісту) також залежить від редактора, його тісного співробітництва з автором. Зазначені складові тексту, як правило, редагуються після завершення роботи над основною частиною оригіналу, але можуть знаходитися в роботі й паралельно. Це ж стосується й службової частини видання (авантитулу, розгорнутого титулу, колонцифр, колонтитулів).

Обробляючи текст основної частини, редактор завжди повинен пам'ятати, що будь-які внесені виправлення мають автоматично відбиватися в службовій або допоміжній частині. Насамперед це стосується змісту, написів на колонтитулах.

Робота над заголовками

Чимало досвідчених редакторів без перебільшення стверджуватимуть, що вибір точного заголовка журналістського матеріалу, або підбір і редагування всіх заголовків, є одним із найскладніших етапів редагування.

Найбільша робота над заголовками чекає редактора в книжковому, добре структурованому виданні. Назви тут даються всім підрозділам книги (глави, розділи, параграфи тощо), і всім структурним частинам рубрик (допоміжні покажчики, таблиці, ілюстрації й ін.). *Заголовки виконують у тексті кілька важливих функцій:*

- полегшують роботу читача з виданням;
- організовують процес читання;
- дають можливість читачеві осмислено працювати з окремими частинами видання;
- готують читача до сприйняття цілого твору;
- забезпечують зручність у пошуку вибіркової інформації;
- дають можливість глибше засвоїти матеріал.

Крім того, редакторів доводиться постійно тримати в полі зору весь комплекс заголовків, він під час редагування повинен також знати супідрядність видів заголовків й особливості їхнього розміщення як на сторінці, так і стосовно змісту тексту.

Редакторська обробка заголовків необхідна не тільки для визначення їхньої ієрархії в основній частині видання, але й для позначення їхнього графічного відтворення на сторінках (або в колонках).

Головним завданням редактора на цьому етапі є досягнення оптимальної відповідності заголовків змісту текстових фрагментів.

Редакційне виправлення (із застосуванням різних видів редагування)

Редакційне виправлення - це остання складова етапу редагування, однак не остання за серйозністю виконання редактором.

Здійснювати необхідні виправлення в тексті редактор починає після першого наскрізного читання. Суть виправлення в тому, що в окремих словах та фрагментах тексту редактор може здійснювати такі операції: заміну, вставку, видалення, перестановку, скорочення, переробку букв, слів і речень.

Головними завданнями такого виправлення є усунення неточностей, повторів, досягнення чіткості формулювань, логічності викладу, мовностилістичної грамотності.

Види редагування

Про різновиди редагування вітчизняні дослідники теорії й практики видавничої справи заговорили зовсім недавно. Хоча не викликає сумнівів, що літературне редагування є лише складовою частиною універсального редагування.

У науковій літературі розглядається цілий ряд різновидів редагування, - це зокрема загальне, літературне, наукове,

спеціальне, титульне. Зустрічається ще й лінгвістичне, логічне, композиційне, психолінгвістичне, комп'ютерне, видавниче, поліграфічне тощо.

Доцільно розглядати два основних блоки редагування: загальне (універсальне) та спеціальне.

Загальне редагування

Загальне, або універсальне редагування передбачає цілісну систему роботи редактора над оригіналом, що забезпечує його досконалість за змістом, формою й зручністю для користування читачем (споживачем).

Основною складовою цього виду редагування є:

- **усунення логічних помилок:**
 - а) змішування порядку викладу (*«Ішов дощ і два студенти. Один ранком, а інший - в університет»*);
 - б) неправильне обґрунтування мотивації дії (*«На всеукраїнській нараді книговидавців головним було питання забезпечення міста новими тролейбусами»*);
 - в) наявність у реченні понять, які взаємно виключають одне одного (*«Золоту медаль одержав аутсайдер змагань»*);
- **усунення фактологічних помилок:**
 - а) історичних (*«Перша світова війна почалася в 1924 році»*);
 - б) географічних (*« У південних областях України - Одеській, Херсонській і Сумській - почався збір ранніх зернових»*);
 - в) друкарських (*«Населення України на сьогодні складає близько 48.000.000 мільйонів чоловік»*);
 - г) цифрових (*«З випущених 3000 примірників книг 2500 було подаровано бібліотекам, 1500 - передано у вищі навчальні заклади»*);
 - д) візуальних (*фотографія Ані Лорак з підписом «Андрій Данилко»*). Неписаним правилом для редактора на цьому етапі має

стати обов'язкова перевірка фактичної вірогідності матеріалу за допомогою довідкової літератури. До цього блока редагування належать також і *проблеми тематики, композиції, авторської позиції, розміщення політичних акцентів*.

Спеціальне редагування

Це редагування можна розділити на такі підвиди: літературне, наукове, художньо-технічне.

Літературне редагування. Головною метою такого редагування є аналіз, оцінка й виправлення літературної частини твору. Йдеться насамперед про вдосконалення мови й стилю оригіналу, усунення граматичних, синтаксичних і стилістичних помилок. Таким чином, можна виділити **критерії**, якими має керуватися редактор, обираючи мовностилістичні засоби для вдосконалення твору:

- доступність мови відповідній групі читачів;
- виразність, зрозумілість викладу;
- відповідність лексичного ряду думкам героя твору або автора;
- відповідність стилістики викладу жанру конкретного твору.

Наприклад, останнім часом на книжковому ринку з'явилися видання, які були раніше заборонені. Здебільшого це твори двадцятих-тридцятих років. У разі їхнього перевидання перед редактором виникає питання: якої правописної системи дотримуватися? Більшість видавців такі тексти приводять у відповідність до сучасного правопису, зберігаючи лексичні, морфологічні й фонетичні особливості мови автора. Погоджуючи пунктуацію книг із сучасними нормами, редактори, однак, прагнуть зберегти основний характер авторського синтаксису.

Наукове редагування. У ряді випадків, з огляду на складність або важливість видання, що готується до друку, виникає потреба

запросити провідного фахівця тієї або іншої галузі науки. Такий фахівець здійснює наукове редагування оригіналу. **Основне його завдання - аналіз, оцінка твору й виправлення наукових неточностей.** Те саме мають на увазі, коли в деяких публікаціях ідеться про **титульне редагування.** Ім'я такого редактора проставляється на титульному аркуші, що є для читача гарантією високої якості й солідності видання.

Відповідно до вимог видавничих стандартів ім'я наукового редактора відзначається на титулі або на звороті титулу.

Художньо-технічне редагування належать до різновидів спеціального редагування. Здійснюють його видавничі працівники. Художній редактор, як правило, є фахівцем з вищою художньо-поліграфічною освітою.

Процес художнього редагування включає: художнє оформлення видання, оцінку ескізів, пробних відбитків та елементів художнього оформлення обкладинки й змістовної частини видання з художнього та поліграфічного погляду.

Технічне редагування передбачає детальне втілення в матеріалі художнього й графічного задуму видання: технічні параметри набору й верстки, шрифтова палітра набору, величина шрифтів, відступи, спуски тощо.

2.3. Поняття про оригінал

Оригінал для поліграфічних видань - це текстовий або графічний матеріал, що пройшов редакційно-видавничу обробку і є основою для створення друкованого видання засобами поліграфічного виконання: відтворення набором, репродукування фотохімічним або електронним способом, виготовлення накладу на друкувальній машині й перетворення після брошурувально-палітурних й оздоблювальних процесів у наклад готового видання.

Основні вимоги до авторських текстових й образотворчих оригіналів, які передаються автором (колективом авторів) у видавництво (видавничу організацію) для видання згідно з укладеним договором, а також вимоги до видавничих текстових оригіналів, що передаються видавництвами (видавничими організаціями) поліграфічному підприємству регламентовано державним стандартом *ДСТУ 3772-98 «Оригінали для поліграфічного відтворення. Загальні технічні вимоги»*. Цей стандарт не поширюється на текстові оригінали для деяких видів видань, що мають потребу в спеціальних способах виготовлення друкованих форм: унікальних, факсимільних, експериментальних, нотних (без тексту), картографічних. Стандарт не поширюється на оригінали для виготовлення поліграфічної продукції (етикеток, наклеюк, чистових товарів і т. ін.), мікрокопій, ксерокопій.

Стандарт призначений для авторів (у тому числі й перекладачів, укладачів, відповідальних за видання та ін.), працівників видавництв (видавничих організацій) і поліграфічних підприємств незалежно від їх відомчого підпорядкування.

Існують два основні види оригіналу - авторський і видавничий.

Авторський оригінал - це оригінал твору, підготовлений автором (колективом авторів), що включає всі необхідні компоненти (основний, додатковий і допоміжний тексти, оригінали ілюстрацій, підписи до них і т. ін.) для передачі у видавництво з наступною видавничо-редакційною обробкою й випуском.

Видавничий оригінал - це авторський оригінал після його редакційно-видавничої обробки, доповнений оригіналами зовнішнього оформлення й розмічений для поліграфічного виконання. Він має видавничу специфікацію, в якій зазначені техніко-технологічні параметри майбутнього видання.

Узагальнюючи, можна сказати: видавничий оригінал - це повний проект видання, що є керівництвом для поліграфічного виконання.

Крім цих основних видів оригіналів, існують ще деякі їх різновиди.

Оригінал-макет - це видавничий оригінал, кожна сторінка якого збігається зі сторінкою майбутнього видання. Оригінал-макет може бути машинописним (надрукованим на звичайній друкарській машині) або складеним за допомогою комп'ютерної видавничої системи (КВС). Він підписується до друку й передається в друкарню для верстки й друку.

Репродукований оригінал-макет - це оригінал, підготовлений для виготовлення фотоформи чи друкарської форми фотомеханічним способом або скануванням, як зображення. Зараз, у зв'язку з поширенням комп'ютерного набору й комп'ютерних видавничих систем, цей вид оригіналу широко застосовується для друкування оперативних одноколірних видань із невеликим накладом (авторефератів, матеріалів конференцій, листівок і т. ін.).

При класифікації оригіналів зважають на чотири основних критерії:

- *напівтоновий* або *штриховий оригінал* визначає характер сигналу, що створює бінарне зображення (до штрихових належать усі текстові оригінали);
- *непрозорий* або *прозорий оригінал* визначає принципи утворення й передачі сигналу, коли зображення сприймається у відбитому або прохідному світлі;
- *чорно-білий* або *кольоровий оригінал* визначає особливості спектра сигналу, що створює зображення;
- *образотворчий* або *текстовий оригінал* визначає зображення чи логічну (текстову) інформацію.

Оригінали розрізняються також за способом їхнього виготовлення: малюнки, картини, фотографії.

Форми текстових оригіналів

У книгах і брошурах текстовий оригінал - основна частина всього оригіналу. Форми текстового оригіналу різноманітні. Найпоширеніша форма - роздруківка, тобто машинописний оригінал, отриманий за допомогою комп'ютера на друкарському пристрої - принтері. Разом із роздруківкою автор ще подає електронний варіант авторського оригіналу на магнітному носії. Така форма оригіналу вигідна і для автора, і для видавництва.

Для видавництва - тому, що воно може, установивши параметри видання, минаючи всі проміжні стадії, виготовити безпосередньо з магнітного носія репродукований оригінал-макет, тобто оригінал із набраними й зверстаними шпальтами, що готовий для поліграфічного відтворення - виготовлення друкарських форм і наступного друку.

Видавництво також може передати магнітний носій у друкарню, де за допомогою фотоскладального автомата або цифрової друкарської машини, які пов'язані з комп'ютером, можна отримати діапозитиви смуг майбутньої книги або надруковані аркуші. Для автора - тому що не потрібно повторно складати оригінал-макет і подовжувати виробничий цикл. Електронний варіант авторського оригіналу значно скорочує редакційно-видавничий процес, і з бурхливим зростанням кількості персональних комп'ютерів така форма текстового оригіналу є найбільш перспективною. Текст може бути роздрукований для редакторської роботи, а вже потім після роздруківки виправлення на екрані монітора виконає або сам редактор, або оператор за його вказівками.

При повторному виданні автор може, якщо передбачається складальне перевидання, подати у видавництво оригінал у вигляді

так званого розклеювання. Це наклеєні на одну сторінку аркушів паперу стандартного формату (від 210x297 до 203*288 мм) сторінки попереднього видання в порядку їхньої нумерації у книзі.

Розклеювання виготовляється із двох розшитих, розібраних примірників попереднього видання. З одного наклеюють парні сторінки, з іншого - непарні. Замість розклеювання автор може, якщо на те згодний видавець і не заперечує друкарня, подати для складального відтворення якісну ксерокопію шпальт книги.

Якщо видавець має намір випустити повторне видання репринтом, тобто репродукуючи шпальти попереднього видання, авторові достатньо подати три примірники книги, в один із яких внесені за допомогою коректурних знаків виправлення.

Одна з досить поширених сьогодні форм видавничого оригіналу-репродукований оригінал-макет, що вже згадувався вище. З набраного тексту на лазерному принтері друкуються шпальти майбутньої книги, які можна репродукувати для наступного виготовлення друкарських форм і друку. У них вклеюють або роздруковують на залишені порожні місця оригінали ілюстрацій та інших зображень.

Нарешті, текстовий оригінал у деяких випадках може бути рукописним. Діючий державний стандарт допускає це для таких видань або їхніх частин, як твори мовами, що користуються буквами особливих графічних форм (наприклад, ієрогліфами). Хоча з розвитком видавничих комп'ютерних систем такі оригінали майже не використовуються.

Форми ілюстраційних оригіналів

Авторські оригінали ілюстрацій можуть бути подані у вигляді ескізів для наступного виготовлення з них видавничих оригіналів. Як уже згадувалося вище, оригінали ілюстрацій можна розрізнити за способом їхнього виготовлення: малюнки (графіки, креслення), картини, фото-і ксерокопії, вирізки штрихових зображень із інших

видань, растрові репродукції із книг (у виняткових випадках), фоторепродукції, негативи штрихових і напівтонових зображень із додаванням чорно-білих контрольних відбитків із них, кольорові діапозитиви (слайди) тощо.

Замість оригіналів ілюстрацій автор може подати правильно оформлений бібліографічний список видань, із яких потрібно відтворити і запозичені ілюстрації (із зазначенням сторінок і номерів ілюстрацій), і або самі ці видання. Звичайно, видання, з яких запозичаються ілюстрації, подають, коли вони випущені іншими видавництвами, а список - коли це книги видавництва, що випускає дану книгу.

РОЗДІЛ II. РЕДАГУВАННЯ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ

3. Книга – вид видавничої продукції, основний предмет редагування

3.1. Поняття видавничої продукції

Видавнича продукція — це сукупність різноманітних за формою, змістом, зовнішнім виглядом, обсягом, характером інформації, структурою, періодичністю та призначенням видань, випущених видавцем або групою видавництв за певний часовий період. Видавнича продукція включає книги, журнали, газети, буклети, календарі тощо.

Близький термін - видання.

З урахуванням міжнародних, національних стандартів та видавничої практики можна виокремити деякі основні види видавничої продукції за рядом узагальнених ознак:

Періодичність випуску в світ тих чи інших видів видань. Одні з них виходять одноразово (книги, брошури), інші мають заздалегідь визначену кількість назв протягом певного проміжку часу – року, кварталу, місяця чи тижня (альманахи, журнали, газети).

Характер інформації. Йдеться про ряд ознак, за якими визначаються стильові й лексичні особливості творення текстів залежно від функціонального призначення – наукові, офіційні, виробничі, навчальні, довідкові, літературно-художні.

Форма знаків, якими фіксується та передається інформація. Це можуть бути текстові (буквені), нотні чи картографічні знаки.

Матеріальна конструкція, або зовнішня будова видань. Скажімо, книга, брошура, журнал, газета, незважаючи на свої, відмінні від інших, розміри, обсяги, мають немало спільних ознак у побудові: відповідно задруковані і скріплені або вставлені у

певному порядку шпальти, які можна гортати, складати, певні захисні чи розпізнавальні елементи цих шпальт тощо. Зовсім інша конструкція в електронного видання, де інформація фіксується на електронних носіях.

Мовна ознака. Видання може бути оригінальним, випущеним державною або іншою мовою; у перекладі з будь-якої іноземної мови; з паралельним текстом двома або кількома мовами.

Повторність випуску. За цими ознаками можна визначити видання, які випускаються вперше, або різні варіанти перевидань (доповнених, виправлених і перероблених тощо).

Формат. Важливо розрізняти малоформатні, мініатюрні видання стандартних форматів. Кількість сторінок нерідко є принциповою у віднесенні того чи іншого видання до певного виду. Так, видання з чотирма сторінками – це листівка, з п'ятьма і більше (до 48) – брошура, а починаючи від 49 сторінок – книга.

Нормативні переліки видавничої продукції

Ст.22 Закону "Про видавничу справу" (318/97-вр)(далі Закон)наводить примірний перелік об'єктів видавничої справи, які розрізняються за певними ознаками, - зокрема, офіційні, наукові, науково-виробничі, громадсько-політичні, рекламні, довідкові, художньо-літературні видання, бібліографічні, оглядові, образотворчі видання, текстові, нотні, карткові, листівки, періодичні (газети, журнали, збірники, бюлетені, дайджести, календарі) та неперіодичні видання (книжки, брошури) та ін. Згідно ч.2 ст.22 Закону об'єктом видавничої справи можуть бути й інші види видавничої продукції, визначені стандартами.

3.2. Типологія видань

Початкуючому видавцеві варто навчитися на перших порах чітко уявляти все це розмаїття палітри друку, глибоко засвоїти перелік видань передусім за основними їх видами, легко розпізнавати й виокремлювати її складники. Адже від цього залежить як організація та спосіб роботи чималого цеху видавців і поліграфістів, так і величина матеріальних затрат на шляху всього складного й відповідального процесу творення того чи іншого видавничого продукту - від його задуму до тиражування та розповсюдження серед споживачів. Крім того, кожен вид, відповідно до існуючих у тій чи іншій державі стандартів, потребує свого зовнішнього та внутрішнього оформлення, своєї структури. Іншими словами - загального стилю представлення.

Незнання цієї специфіки призводить до того, що видавничий продукт з'являється на світ, з точки зору культури видання, примітивно-самодіяльним і професійно несерйозним. Тому він переконливо характеризує рівень професіоналізму й майстерності самого видавця.

Спробуємо виокремити основні види видавничої продукції за цілим рядом узагальнених ознак.

1. Видавнича продукція за цільовим або соціально-функціональним призначенням

Значним масивом цього розділу є і **офіційні та нормативні** видання.

Офіційними вважаються такі видання, які складаються з текстів документів, вироблених і затверджених офіційними органами чи організаціями різних рівнів - державними, відомчими, громадськими, політичними. Це передусім *закони, постанови, укази законодавчих і виконавчих органів влади, стенограми засідань, доповіді та матеріали з'їздів, пленумів, інших*

офіційних зібрань. Сюди належать також різноманітні інструкції, преїскуранти, стандарти, технічні умови, статуту. Друкуються вони окремими назвами, серійними виданнями та зібраннями томів, що продовжуються. Такими є, зокре-ма, "Відомості Верховної Ради України", "Закони; України", "Кодекс законів про працю". "Матеріали I з'їзду Народного руху України" тощо. Видання такого виду вимагають особливо ретельної редакційної підготовки з точки зору їх абсолютної відповідності (навіть граматичної і стилістичної) з оригіналом.

Інший значний за обсягом блок складають **наукові** видання.

В основі текстового матеріалу - результати теоретичних чи експериментальних досліджень одного або групи авторів в тій чи іншій галузі знань. Сюди належать також історичні документи, першо- чи передруки пам'яток культури, науки, літератури та мистецтва, доповнені, як правило, науковими примітками, коментарями, атрибуцією текстів. (Характерний приклад із недавніх набуток українського книговидання - популярні серед читачів серії "Пам'ятки історичної думки України", "Літературні пам'ятки України".)

Наукові видання мають такі підвиди: монографії, автореферати дисертацій, препринти, збірники наукових праць, тези доповідей та повідомлень на різних наукових зборах (конференціях, з'їздах, симпозіумах).

Близькими до попередніх є **науково-популярні** видання. Оскільки призначені вони здебільшого для широкого кола читачів, які не є спеціалістами конкретної галузі знань, головною вимогою для їх створення є доступний, популярний стиль викладу. Звідси й назви серійних видань - "Популярно про складне", "Бесіди про науку", "Еврика".

Навчальні віддання

Це особливий вид видань, створений у відповідній формі та покликаний допомогти широкому загалу конкретного користувача (учня, студента, аспіранта, викладача) в оволодінні ним конкретним навчальним предметом. Зовнішньою ознакою навчального видання є зазначення на його вихідних даних рекомендаційного грифа відповідного освітнього міністерства, відомства, навчального чи наукового закладу, а також проходження визначеного порядку рецензування.

Навчальні видання мають кілька підвидів із чітко зумовленими характеристиками й вимогами, які важливо розрізняти під час підготовки рукопису до друку: підручник, навчальний посібник, методичний посібник, наочний посібник (таблиці), хрестоматія, робочий зошит, самовчитель, задачник, практикум, курс лекцій, навчальна і робоча програми.

Довідкові видання

У доступній читачеві формі подають стислі й найголовніші відомості щодо того чи іншого поняття, предмета, терміна, події, персоналії. Матеріали довідкових видань мають зручну форму розміщення, здебільшого за алфавітним принципом (суцільним, або проблемно-тематичним), що дає можливість швидко віднаходити їх і не потребує суцільного читання.

Підвиди цього блоку: словник (правописний, етимологічний, орфографічний, термінологічний, тлумачний, перекладний, біографічний, бібліографічний, частотний), словник-довідник, довідник, енциклопедія, розмовник, путівник.

Літературно-художні видання

Об'єднують усі твори художньої літератури, різноманітні за жанрами, часом і місцем їх появи у світ. Це художні, документально-художні твори, альманахи, антології, пісенники.

Рекламні видання

Цільове призначення цього виду видавничої продукції - від імені конкретного виробника, рекламодавця чи спонсора якнайкраще (щодо змісту тексту та його оформлення) представити потенційному споживачеві чи покупцеві товари, ідеї, послуги.

Масив цієї продукції складають проспекти, каталоги, путівники, афіші, плакати, рекламні оголошення і повідомлення для засобів масової інформації.

Особливістю підготовки до друку цього виду видань є те, що за їх зміст і форму відповідає замовник. Вкладаючи власні, до того ж, чималі кошти за продукування таких текстів, часто створених поза видавництвом, він нерідко виступає проти будь-якого видавничого втручання в текст. Тому-то значна їх кількість з'являється на світ, м'яко кажучи, недосконалою не лише за граматично- стилістичним виконанням, а й змістом. Толерантний і небайдужий видавець завжди мусить знайти спосіб порозуміння з рекламодавцем для поліпшення такого тексту.

2. Видавнича продукція за адресністю читача

Для широкого кола читачів (масове видання)

Цей тип видання розрахований практично на необмежене ні віковими, ні професійними, ні освітніми рамками коло читачів чи споживачів. Як правило, друкується значними накладками (на початку 90-х років минулого століття наклад українських бестселерів історичної тематики складав одним або кількома заводами 100-500 тисяч примірників). У нинішніх умовах кризи вітчизняного книговидання масовими стали видання від 20-ти і більше тисяч примірників.

Для дітей та юнацтва

Відповідно до специфіки читацької аудиторії ці видання потребують особливого художнього оформлення, поліпшеного поліграфічного виконання (шрифт, папір, ілюстрації) та

специфічного формату. Це можуть бути казки, художні, науково-популярні твори тощо.

Бібліотечні видання

Розраховані на поповнення фондів існуючої мережі державних і відомчих бібліотек. Формуються відповідно до наявних чи нових бібліотечних серій. З-поміж найпопулярніших - "Бібліотека школяра" (художні твори за шкільною програмою), "Золота бібліотека школяра" (науково-популярні та пізнавальні твори), книги за держзамовленням, включені до Національної програми соціально значущих видань, ювілейні видання тощо.

Видання для службового користування

Значний за обсягом масив друкованої продукції передусім відомчого характеру, який містить у собі інформацію, призначену для певної категорії користувачів (фізичних осіб чи закладів, установ). Замовники таких видань не зацікавлені в їхньому поширенні, про що зазначається відповідним грифом на титульній сторінці чи її звороті. Видання цього виду оформляються довільно, без до-тримання вимог державних стандартів, з поміж яких - ISBN, ББК, УДК тощо.

Бібліофільські видання

Здебільшого це репринтні відтворення раритетних видань або поліпшені художнім і поліграфічним виконанням із специфічним форматом видання окремих книжкових шедеврів, їхній наклад є незначним, а ціна - малодоступна для пересічного читача. Показовими прикладами є відтворення першого видання "Енеїди" І. Котляревського, "Кобзаря" Т. Шевченка. Напередодні святкування 1000-ліття хрещення України-Руси канадські українці здійснили 1983 року у Вінніпезі перевидання Острозької Біблії. Зараз в Україні робляться спроби представити читачеві Пересопницьку Євангелію.

Видання для сліпих

Специфічний вид видань, призначений для сприйняття незрячими текстів завдяки створеній французьким педагогом Л. Брайлем рельєфно-крапковій системі письма, так званого шрифту Брайля, який читається з допомогою дотику пальцями рельєфно-крапкового зображення літер і малюнків. Для цієї категорії читачів видаються також рельєфно-графічні посібники, в яких методом пресування полімерної плівки створюються рельєфні рисунки, карти, плани і схеми. В Україні підготовку і видання цієї літератури здійснює спеціально створене державне видавництво.

3. Видавнича продукція за знаковою природою інформації

Найпоширенішими у цьому блоці друками є *текстові* видання.

Формою і основним засобом передачі їхнього змісту є словесний, цифровий, формульний чи змішаний текст.

Головним знаковим матеріалом *нотних* видань є нотні знаки, за допомогою яких фіксуються музичні твори для збереження їх і навчання іншими користувачами.

Картографічні видання

Творяться у відповідній проекції зменшеного і узагальненого зображення поверхні землі чи якогось іншого небесного тіла за допомогою певної системи умовних знаків. Підвидами цієї продукції є карти, карти-схеми, глобуси. У зв'язку з підвищенням останнім часом попиту на цей вид видань його прагнуть освоїти більше видавництв. Серед спеціалізованих видавництв цього профілю, які міцно утвердилися нині на ринку, - "Мапа України", "Картографія".

Зображальні видання

Складають ту частину друкованої продукції, де домінує зображальний матеріал у вигляді репродукцій творів мистецтва чи фото, а текст виконує лише допоміжну, пояснювальну функцію. Можна виділити такі підвиди: альбом (художній, технічний,

фотоальбом), атлас (анатомічний, ботанічний, географічний, зоологічний, мовознавчий, медичний), гравюра, естамп, екслібрис, етикетка, літогравюра, ксилографія, офорт, художня листівка, художній плакат.

4. Видавнича продукція за формою і матеріальною конструкцією

Книжкові видання

Це найпоширеніший вид друкованої продукції, що складає основний предмет діяльності переважної більшості видавництв. Являє собою неперіодичне видання у вигляді скріплених у корінці друкованих аркушів (кодексу), обтягнутих оправою або обкладинкою.

Журнальні видання

Періодичні ілюстровані видання кодексного типу певного формату і обсягу, що містять у собі відповідну кількість оригінальних творів, рефератів і документів, об'єднаних певним тематичним змістом. Журнали умовно можна розділити на такі підвиди: суспільно-політичний, науковий, науково-популярний, літературно-художній, виробничо-практичний, реферативний, дитячий.

Газетні видання

Періодичні ілюстровані видання у вигляді одного або кількох, як правило, не зшитих аркушів паперу, що містять різножанрові, специфічні для журналістики, матеріали інформаційного й аналітичного характеру. Мають свою розвинену типологію.

Буклетні видання

Переважно багатокольорові аркушеві друки, складені в два або кілька згинів. До такого виду друкованої продукції найчастіше звертаються туристичні агенції, виробники промислових і продовольчих товарів, організації та установи в період відзначень ювілеїв, подій чи проведення інших знакових заходів.

До блоку видавничої продукції за ознакою форми чи матеріальної конструкції слід віднести і різноманітні плакати, листівки, календарі та календарики, книжки-іграшки.

5. Видавнича продукція за належністю до видавця, автора чи спонсора

Власне видання

Видання, випущене у світ коштом видавництва. У випадку, коли видання фінансується автором, або спонсором, причетність їх до появи друкованого продукту, згідно із договором, обумовлюється на вихідних даних. Зміст цієї інформації є довільним. Для прикладу: "Видання здійснено коштом автора" або "Видання здійснено за сприяння (такого-то) спонсора".

Спільне видання

Це результат співпраці двох або кількох видавництв. Міра участі кожного з них у творенні спільного продукту може бути різною: поступка авторських прав на перевидання, переклад, фінансова допомога, підготовка певної частини тексту. Зовнішньою ознакою спільного видання є обов'язкове зазначення відповідної інформації у вихідних і реквізитних даних. Форма співробітництва щодо ви-пуску спільного видання і всі деталі оформлення вихідних даних обумовлюється у дво- чи тристоронньому договорі.

Піратське видання

Видання, що з'являється у світ із порушенням законодавства про авторські та суміжні права. Поширений приклад: видана одним видавництвом популярна книга з'являється на книжковому ринку з вихідними даними іншого видавництва, яке змінило у виданні лише обкладинку, оперативно і з найменшими витратами розтиражувавши готовий книжковий блок. Часто видавці додруковують наклад видання, що користується попитом у читачів, без інформування про це автора і виплати йому додаткової

авторської винагороди. Такі порушення можуть ставати предметом судових позовів.

До цього блоку варто додати ще *відомче видання* (випускається відомством для своїх потреб, в якому переважає інформація про діяльність цього відомства), *посмертне видання* (здійснюється незабаром після смерті автора), *прижиттєве видання* (з'являється у світ за життя автора), *ювілейне видання* (приурочене конкретній ювілейній даті), меморіальне видання (друкується на відзна-чення пам'ятної події в житті держави).

Характерним прикладом останнього виду видання є багатотомна "Книга пам'яті України", в якій, у межах кожної області, подано прізвища всіх громадян України, які загинули на фронтах Великої Вітчизняної війни.

6. Видавнича продукція за рівнем художнього оформлення і способом поліграфічного виконання

Мініатюрне видання

Випускається нестандартними форматами. Відповідно до світової книговидавничої практики, такими книгами прийнято вважати видання, висота і ширина яких менше 80 міліметрів, у Росії - у межах 100 мм. Найменша на земній кулі книга - українська, її створив київський майстер Микола Сядристий: його "Кобзар", скріплений звичайною павутиною, має розмір 0,6 кв. мм. Перегортати її можна кінчиком загостреної волосинки, а прочитати - з допомогою мікроскопа. Мініатюрна книга, як вид видання, особливо популярна серед бібліофілів.

Подарункове видання

Випускається в поліпшеному художньому і поліграфічному оформленні та призначається для подарунків. Часто буває нестандартних форматів і дорогим за ціною.

Факсимільне видання

Це перевидання значної історичної і художньої пам'ятки в такому варіанті, який повторює всі особливості оригіналу: формат, гатунок паперу, обкладинку, граматично-стилістичну специфіку тексту. Подібним до цього є репринтне видання, яке здійснюється шляхом фотографічного відтворення всіх сторінок видання без найменшого редакторського втручання в текст.

7. Видавнича продукція за кількістю видань

Перше видання

Твір, що з'являється у світ вперше.

Стереотипне видання

Це практично нове відтворення попереднього видання без жодних змін.

Перевидання

Повторний випуск видання, яке вже побачило світ. Має кілька підвидів: *доповнене* видання (додані автором чи видавництвом нові глави, параграфи чи навіть абзаци); *виправлене* видання (усунені виявлені граматичні і фактологічні помилки, неточності), *перероблене* видання (значна частина тексту зазнала суттєвих змін), *розширене* видання (виклад матеріалу розширений за рахунок урізноманітнення тематичного блоку, кількості прикладів тощо).

8. Видавнича продукція за періодичністю випуску

Варто розрізняти: неперіодичні, періодичні, серійні видання.

9. Видавнича продукція за способом укладання текстів

Цей вид має таку класифікацію: одностомне видання, багатотомне видання, академічне видання, вибрані твори, повне зібрання творів, серійні видання.

Зорієнтувавшись у цій різноманітній палітрі друкарської продукції, навчившись її розрізняти за цілим рядом перелічених вище ознак, видавець може приступати до створення й реалізації власної видавничої програми.

4. Редакторська підготовка складових частин книги

4.1. Складові частини книги

Усі сходяться на тому, що книга - носій і передавач творів писемності та графіки. Куди менше тих, хто чітко усвідомлює, що книга - художньо оформлений виріб, апарат, завдяки якому читачі можуть користуватися цими творами з найрізноманітнішими цілями, а бібліографи, книгорозповсюджувачі, бібліотекарі - швидко доводити їх до читача. І хоча головне в книзі - ті твори, що в ній надруковані. повноцінною й високоякісною книга може бути тільки тоді, коли все в ній передбачено, щоб читач міг легко розшукати її серед багатьох тисяч інших і без ускладнень працювати з нею - ретельно вивчати в повному обсязі або наводити довідки, розшукувати матеріал на тему, що його цікавить, або знаходити розповідь, вірш, ілюстрацію тощо. Бажано, щоб художньо-технічне оформлення книги (шрифт, формат, поля, ілюстрації) поліпшувало сприйняття авторських думок, образів, фактів, а не ускладнювало його.

У книзі твір автора з'являється в опрацьованому вигляді в порівнянні з авторським оригіналом (рукописом).

По-перше, він обростає книжковими елементами, від чого книга стає зручною в користуванні. Ці елементи такі:

- основні відомості про видання, що дозволяють виділити книгу серед інших і довідатися про найголовніше про неї (вихідні відомості);
- покажчик заголовків видання (зміст);
- покажчики предметів, імен, назв, які можна знайти на сторінках книги (предметний, іменний та інші допоміжні покажчики);

- покажчики тематичного змісту сторінок (колонтитули);
к
- тексти, що допомагають розібратися в складності змісту творів (вступна стаття, післямова, примітки й коментарі);
- текст, що дозволяє ознайомитися з усіма особливостями друкованого твору, важливими для стратегії та способу читання книги (передмова);
- джерела цитат і запозичень, а також більш повного, наукового або популярного висвітлення теми, ніж у виданому творі (бібліографічні посилання, списки й покажчики).

По-друге, у книзі твір автора знаходить інше художньо-технічне втілення, завдяки чому читач краще сприймає його зміст і форму, не кажучи вже про естетичну насолоду від книги.

Таким чином, книгу можна розглядати двояко: з одного боку, вона - носій і передавач творів писемності, з іншого - апарат для всебічного використання читачем цих творів і зразок графічного мистецтва.

Розуміння цього подвійного сприйняття книги дуже часто бракує її творцям. І тому народжуються на світ книги, які через неграмотно складений титульний аркуш важко знайти; книги, у яких немає нічого, що допомагало б читачеві визначити стратегію читання; книги, які набрані й оформлені так, що їх важко читати, а в їхніх матеріалах складно орієнтуватися. Читач нерідко витрачає багато часу на пошук у книзі відомостей про предмет або тему, на розшук оповідання або вірша, розділу або таблиці.

Зрозуміло, що гарну книгу без професійних **книгознавчих, видавничо-поліграфічних й оформлювальних знань не створиш. Виникнення** видавничих професій - дизайнера,

редактора (художнього, технічного, наукового), коректора - зовсім не було штучним. Їх породила складність самої книги та процесу її видання. І якщо знаходиться видавець, який може випускати гарні книги майже самостійно, то лише тому, що він опанував усі видавничі професії й при невеликому обсязі випуску здатен їх поєднувати.

Видавець - і підприємець, і діяч культури одночасно. Бути чесним і моральним видавцеві не просто, але без цього видавнича діяльність втрачає частину свого високого духовного змісту.

4.2. Матеріальна (зовнішня) структура книги

Протягом історії змінювалася конструкція книги. Глиняні таблички, сувій, нарешті, кодекс - скріплені в корінці аркуші прямокутної форми, захищені палітуркою або обкладинкою. Остання форма виявилася життєздатною завдяки своїй простоті та зручності: книгу такої форми легко зберігати й розповсюджувати, сторінки вільно перегортати в будь-якому напрямку.

Книга в палітурці

Основні конструктивні елементи сучасної книги в палітурці такі:

Книжковий блок - комплект скріплених у корінці зошитів (складених у кілька разів надрукованих аркушів) або окремих аркушів, що містить усі сторінки та інші деталі майбутньої книги.

Приклейки та вклейки - аркуші більшого формату, ніж формат самої книги, складені (сфальцьовані) під цей формат, або аркуші того ж формату, що й книга, але надруковані на іншому папері, та (або) іншим способом друку, та (або) з більшою кількістю кольорів, ніж сторінки книги, і окремо від них.

Відрізняються приклейки від вклеюк тим, що перші підклеюють до краю корінцевого поля однієї із зовнішніх сторінок

книжкового зошита, а другі - до однієї із внутрішніх сторінок зошита.

Вклейкою (приклеюю) може бути й аркуш, надрукований замість того, який містить неприпустиму помилку й відрізаний так, що залишається смужка в корінцеві; до неї й приклеюють новий аркуш. Цей процес називається видиркою. Видирку можна робити й у блоці, і в уже переплетеній книзі.

Накидки й вкладки - аркуші того ж формату, що й аркуші книги, але надруковані на іншому папері, та (або) іншим способом друку, та (або) з більшою кількістю кольорів, накинуті на корінець того або іншого зошита майбутнього блока (накидки) або вкладені в середину зошита (вкладки) й прошиті або склеєні разом із ним. Ними користуються, коли ілюстрації в книзі можна без відчутної шкоди для читача помістити групами в декількох місцях, а не кожен поблизу тексту, з яким вона пов'язана.

Форзаци - два аркуші розміром з розгорнуту книгу кожен. Один із них (передній форзац), згинають удвічі по ширині, приклеюють вузькою смужкою (приблизно 5 мм) уздовж згину до кромки корінцевого поля першої сторінки першого зошита блока, а інший (задній форзац) - до кромки корінцевого поля останньої сторінки останнього зошита, тобто він з'єднує книжковий блок з палітуркою.

Форзаци, як правило, виготовляють зі спеціального, форзацного паперу, білого або кольорового, і використовують як елемент художнього оформлення книги. Вони можуть бути чистими (незадрукованими) і задрукованими (з декоративним або сюжетним зображенням, з інформаційно-рекламним або довідковим текстом).

Якщо протягом читання книги необхідно часто звертатися до довідкових матеріалів невеликого обсягу (карта, схема, список скорочень та умовних позначень тощо), найбільш зручно

розмістити їх на форзаці: розкрити книгу на форзаці набагато простіше, ніж розшукувати подібні матеріали всередині книги. Вигідно це й для видавця: заощаджується папір під текст або інший основний матеріал.

У книгах, які часто й багато розкривають (словники, довідники), та ще великого обсягу, бажано робити форзаці іншої конструкції: складені з наклеєною на згин форзаца смужкою міцного паперу або тканини. Застосовуються форзаці й інших конструкцій, призначення яких - зробити книгу не тільки більш міцною, але й функціонально і художньо більш досконалою.

Каптал - кольорова тасьма зі стовщеним краєм, що наклеюється на верхній і нижній краї корінця книжкового блока, щоб скріпити й захистити їх, зміцнити блок. Підібраний під кольори палітурки за подібністю або контрастом, каптал є також елементом художнього оформлення.

Палітурка - тверда захисна кришка книги, з'єднана з книжковим блоком за допомогою форзаців, половинку яких усією площиною наклеюють на внутрішній бік палітурки.

Сучасна палітурка виготовляється із картонних сторінок формату книги або трохи більшого, які покривають цільним шматком палітурного матеріалу, суцільноскроєна палітурка або корінець роблять із одного матеріалу, а сторінки покривають іншим (складена палітурка).

Книга в обкладинці

Така книга конструктивно трохи відрізняється від книги в палітурці. Книжковий (точніше - брошурний) блок (для поліграфістів будь-яка книга в обкладинці - брошура) простіший: у ньому немає форзаців і капталів. Обкладинку приклеюють до блока тільки на площину його корінця (покриття звичайне) або додатково ще й до корінцевої кромки першої й останньої сторінок блока (покриття врозпуск). При третьому виді покриття - внакидку,

що застосовується для тонких брошур, скомплектованих вкладкою (один зошит у середину іншого), обкладинку накидають на блок і прошивають разом із ним. Виготовляти книгу в обкладинці дешевше, ніж у палітурці.

Книга в суперобкладинці

Книга і в обкладинці, і в палітурці може бути обгорнута в суперобкладинку - м'яку обгортку з паперу (іноді з прозорої плівки), що захищає палітурку або обкладинку від пошкоджень і пилу.

Книгу в палітурці суперобкладинка, крім того, може художньо прикрасити, привернути до неї увагу читача, оскільки в палітурці із тканини або його заміника можливості для цього більш обмежені і з технічних, і з економічних причин. На палітурних матеріалах тисненням або друком палітурними фарбами не можна отримати такі ж тонкі штрихи, як під час друку на папері, майже неможливо використовувати друк напівтонових зображень однією й тим більше багатьма фарбами.

Дуже близький до друку на папері офсетний друк на тканині, але для нього підходить далеко не всяка тканина, до того ж не всі вітчизняні підприємства освоїли таку технологію. Якщо ж вона доступна, суперобкладинка як художньо-реklamний засіб стає не обов'язковою. Немає сенсу використовувати суперобкладинку під час трафаретного та інших спеціальних способів друку на палітурному матеріалі, тому що вони самі по собі дуже ефектні.

На книгу в обкладинці суперобкладинку надягають або тому, що цього вимагає художній задум дизайнера, чи тому, що в такий спосіб видавець і художник хочуть ущільнити кришку книги, не маючи у своєму розпорядженні можливості одягти книгу в обкладинку зі щільного паперу.

На клапанах суперобкладинки друкують текстову рекламу, інформацію про дану книгу та інші книги видавництва.

Конструктивно суперобкладинки можуть бути дуже різними: із широкими клапанами, котрі за шириною майже дорівнюють ширині книги; із клапанами, розрахованими на обгортку томів двотомника, їх можуть приклеювати до корінця обкладинки і т. ін.

Книга у футлярі

Найцінніші книги (з коштовними палітурками) укладають у картонний короб - футляр - для більш солідного захисту їх від пошкоджень під час транспортування та (або) для того, щоб надати книзі ще більшої художньої цінності як зразку книжкового мистецтва.

Чисто службовий футляр роблять із низькосортного картону, не обклеєного якимось матеріалом і без усякого друку на ньому. Якщо ж футляр - елемент художнього ансамблю книги, то його виготовляють із картону високої якості, на якому друкують зображення й текст або обклеюють його задрукованим папером чи тканиною.

Конструктивно футляри також дуже різноманітні. Одні склеєні так, що залишають відкритим лише корінець палітурки книги, інші охоплюють тільки сторінки з верхнім і нижнім обрізами блока, треті зроблені у вигляді книжкової полиці, котра розрахована на зберігання багатотомника.

Футляри, як правило, виготовляють вручну або на іншому виробництві, що займається виготовленням пакування. Це значно здорожує книгу. Тому застосовують їх, головним чином, при виданні малонакладних високомистецьких книг.

Електронна книга

В останні роки значного поширення набула так звана електронна книга - електронний запис на компакт-диску всієї інформації, що несе книга у звичайній її формі.

Перевага електронної книги в тому, що вона набагато компактніша за звичайну книгу й може вмістити на один диск

інформацію багатотомної енциклопедії; при закладених у неї запрограмованих відповідних можливостях здатна значно підвищити швидкість пошуку потрібного матеріалу, спростити вибіркоче читання; не вимагає паперу, що значно здешевлює видання.

Електронна книга навряд чи витіснить книгу в її традиційній формі. По-перше, читання традиційної книги спричиняє менше перенапруження зору; по-друге, художник робить її твором книжкового мистецтва, що не може не впливати на її краще сприйняття; по-третє, нею можна користуватися безпосередньо, без будь-яких технічних пристосувань. Тож електронна книга й традиційна друкована книга, скоріше за все, співіснуюватимуть, збагачуючи людство.

На сьогодні електронні засоби зберігання й передачі інформації мають величезний потенціал. Якщо всю інформацію, що накопичена в безлічі книг, розмістити в банку даних світової інформаційної мережі, вона стане доступною кожному, хто користується послугами цієї мережі. Можна, сидячи в себе вдома, переміщуватись у найвіддаленіші книгосховища, читаючи на екрані комп'ютера сторінки рідкісних видань.

Розповсюдження електронних книг, особливо довідкового, науково-технічного, науково-популярного характеру, дуже актуальне зараз, при стрімкому зростанні користувачів Internet.

4.3. Змістова (внутрішня) структура книги

Текстова частина книги чітко поділяється на:

основний текст - текст твору або творів, заради розповсюдження й читання яких книга видається;

додатковий текст - текст, що стосується творів, але до них не входить, - різного роду додатки (документи, довідкові таблиці тощо), редакції й варіанти основного тексту;

допоміжний (службовий) текст - так званий апарат книги, завдання якого:

- спростити й скоротити її шлях до читача (це завдання виконує інформаційно-довідковий апарат - вихідні відомості на найпривітніших місцях книги);
- полегшити читачеві роботу з книгою (для цього в неї включають пошуковий, довідково-допоміжний апарат книги: зміст, покажчики предметів, імен і т. п., колонтитули);
- допомогти читачеві поглиблено й точно зрозуміти твір у цілому й у деталях (цьому служить пояснюючий, науково-допоміжний апарат: вступна стаття, передмова, післямова, коментарі й примітки);
- познайомити читача з літературними джерелами цитат і запозичень у тексті твору і з літературою на його тему (для чого додають бібліографічний апарат - бібліографічні посилання або покажчики).

Види аркушів і сторінок книги

Перший аркуш книги - титульний аркуш. Його призначення - повідомити читачеві головні відомості про книгу (ім'я автора (авторів), заголовок, місце знаходження видавництва, його назву, рік випуску книги та ін.).

Титульний аркуш може бути одинарним (складається із двох сторінок - лицьової й зворотної сторінки) і подвійним (складається із чотирьох сторінок, як правило, перших).

Перша сторінка подвійного титульного аркуша - авантитул. Його залишають чистим або друкують на ньому назву й марку видавництва, його девіз та іншу інформацію.

Друга сторінка - контртитул або фронтиспис.

Контртитул - сторінка навпроти лицьової сторінки титульного аркуша із частиною вихідних відомостей (наприклад, про багатотомне видання в цілому або про титульні дані оригінального видання в перекладній книзі). Контртитул використовують для того, щоб розвантажити основний титульний аркуш, якщо вихідних відомостей на ньому занадто багато, або уникнути занадто швидкого входу до книги, розтягти його, зробити більш значним, поступовим, урочистим.

Контртитул з авантитулом - дві додаткові необов'язкові сторінки. І в кожному творі необхідно вирішувати, наскільки вони виправдані художньою та функціональною логікою.

Фронтиспис - сторінка із зображенням, що утворює розворот з лицьовою сторінкою титульного аркуша. На фронтисписі друкують портрет автора або сюжетний малюнок до всієї книги в цілому. Прикрашаючи книгу, підвищуючи змістовність оформлення, фронтиспис підсилює його виразність і вплив на читача. Тож у всіх випадках, коли видавець хоче досягти такої мети, фронтиспис дуже бажаний.

Контртитул разом із лицьовою стороною титульного аркуша (третя сторінка) утворюють розворотний титульний аркуш.

Друга й третя сторінки титульного аркуша можуть утворити й розкритий титульний аркуш, на якому текст або зображення (або те й інше) розміщені на обох сторінках - починаються на лівій і переходять на праву, закінчуючись на ній (на розворотному титульному аркуші кожна сторінка скомпонована окремо).

Титульний аркуш - головний початковий аркуш книги. Крім нього, у книзі можуть бути початкові аркуші й сторінки нижчого рангу.

Перша, старша із внутрішніх початкових сторінок книги - *шмуцтитул*. Це аркуш, на лицьовій стороні якого розміщені тільки

заголовки твору або заголовки частини, іноді вони супроводжуються зображенням, епіграфом, заголовками підпорядкованих розділів, а оборот або чистий, або заповнений текстом твору чи його частини, озаглавленої на шмуцтитулі. Шмуцтитул займає звичайно праву сторінку розвороту.

Шмуцтитули потрібні насамперед читачеві, тому що різкіше відокремлюючи частини або твори один від одного, вони полегшують їхній пошук і підкреслюють відносну самостійність кожного. Крім того, художник завдяки шмуцтитулу може зробити оформлення книги більш виразним - розмістити на лицьовій стороні або обороті (або там і там) зображення загального характеру для підрозділу. Якщо зафарбувати шмуцтитули довідкового видання фарбою (задрукувати так званою плашкою - друкарською формою із суцільною друкуючою поверхнею), то на обрізах книги ці аркуші виділятимуться зафарбованою крайкою, прискорюючи пошук розділу або твору.

Економічно невиправдано використовувати шмуцтитули в книзі, є багато творів або частин. Для книги ж з деякими великими розділами або творами при середньому чи малому форматі економічні міркування не настільки суттєві, щоб відмовлятися від шмуцтитулів і зневажати інтереси читачів. Такий же вплив і накладу: чим він більший, тим економічні міркування для відмови від шмуцтитулів стають вагомішими.

Якщо все-таки вирішено випускати книгу зі шмуцтитулами, потрібно неодмінно зважати на те, що це може бути поєднано з деякими труднощами, наприклад, текст передуючих шмуцтитулам розділів або творів може не в усіх випадках закінчуватися на парній сторінці, і, отже, деякі сторінки перед шмуцтитулами можуть виявитися невиправдано порожніми. Цього треба уникати, користуючись методами компенсаційного коректурного

виправлення (див. розділ 10) або авторськими доповненнями чи скороченнями.

Наступний крок початкової сторінки - сторінка зі спусковою шпальтою. *Шпальта* (інколи полоса) - це відбиток на сторінці без полів. Текст повної шпальти займає всю її висоту. Текст спускової шпальти менший за висотою, він спущений від верху на певну відстань (найчастіше на одну третину всієї висоти, а іноді - при глибокому спуску - на три чверті).

Спуск, як і шмуцтитул, хоча й меншою мірою, але підкреслює початок нової частини або нового твору й робить структурне членування книги виразнішим, помітнішим.

Близька до спускової *початкова сторінка*, текст якої набраний з відступом уліво, що різко виділяє шпальту серед рядових повноформатних шпальт. Можливі й інші варіанти виділення початкових сторінок. Кожному шмуцтитулу й кожній спусковій шпальті відповідає своя *кінцева шпальта*, за якою розміщується новий шмуцтитул або нова спускова шпальта.

Бажано, щоб кінцеві шпальти перед спусковими були неповними, тобто щоб текст на них закінчувався вище, ніж на повній шпальті. Читач буде зорово попереджений, що тут закінчується твір або підрозділ, і далі його очікує початок нового.

Така верстка тексту завжди призводить до деяких втрат площі паперу під спускові й кінцеві пробіли (в середньому від половини до півтори сторінки на кожен спуск і кінцевий пробіл). Ці втрати зростають із збільшенням розміру спуску, формату видання й накладу. Однак набір *впідверстку*, тобто підряд, при складній побудові книги (великій кількості підрозділів різної значущості) дуже ускладнює орієнтування в ній читача й у всякому разі робить оформлення книги менш виразним, ускладнюючи сприйняття тексту.

Основною в книзі є *рядова шпальта*. Вона має однакову кількість рядків й однакову довжину рядка, за винятком рядків-оборок (короткий рядок тексту поруч із ілюстрацією або таблицею).

Залежно від матеріалу, що надрукований на шпальті, розрізняються шпальти *текстові, ілюстраційні, змішані* (з текстом та ілюстраціями).

Завершує книгу *кінцева сторінка*. Так називається сторінка наприкінці книги з різного роду вихідними відомостями - *передвипускними й випускними даними* (про авторів й укладачів, видавничих фахівців, відповідальних за підготовку й випуск книги, про кількісні параметри видання й т. п.). Іноді ці дані розверстують на дві сторінки. Тоді обидві вони стають кінцевими. Сторінки з рекламою розглядаються як сторінки, що вже вийшли за межі власне книги й безпосереднім чином її не стосуються.

РОЗДІЛ III. РЕДАГУВАННЯ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНИХ, ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

5. Періодичне видання як предмет редагування

5.1. Поняття періодичного видання

Періодичне видання

Видання, що виходить через певні проміжки часу, має заздалегідь визначену постійну щорічну кількість і назву нумерованих чи датованих, однотипово оформлених випусків, які не повторюються за змістом. За місцем випуску і сферою розповсюдження розрізняють місцеві (у межах однієї області, міста, одного чи декількох районів, підприємства, установи, господарства або навчального закладу), регіональні, загальнодержавні періодичні видання, а також такі, що розповсюджуються за кордоном.

Засоби масової інформації, мас медіа (Mass media) — преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, інтернет-видання, кінематограф, звукозаписи і відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити і панелі, домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку. Всім цим засобам притаманні якості, що їх об'єднують — звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, корпоративний характер виробництва і розповсюдження інформації.

В Україні діяльність ЗМІ регулюється законами «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про інформацію», «Про рекламу», «Про телебачення та радіомовлення» та низкою інших.

Преса — друковані засоби масової інформації (періодичні друковані видання), які виходять під постійною назвою, з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року. Під

пресою розуміють газети, журнали, альманахи, збірки, бюлетені, рідше книги, листівки, що мають визначений тираж.

Газетне видання

Видання у вигляді одного чи декількох аркушів друкованого матеріалу встановленого формату, видавничо пристосоване до специфіки даного періодичного видання

У випадках скріплення аркушів друкованого матеріалу використовується термін «газетно-журнальне видання»

Газета — щоденне або щотижневне періодичне видання у формі складених аркушів, містить новини і коментарі.

Газети набули комерційну цінність після винаходу друкування, почали випускатися в Німеччині в 1609, в 1616 у Нідерландах. У 1622 з'явилася перша газета англійською мовою («Віклі ньюс» англ. «Weekly News»— «Щотижневі новини»), редакторами були Ніколас Бурн і Томас Арчер.

Вдосконалення поліграфії, винахід парового верстату в 1814; роторної машини в 1846 у США та в 1857 в Англії, газетного паперу (зробленого з дерев'яної пульпи, технологія стала використовуватися в Англії в 1880-х) і підвищення грамотності збільшило випуск газет. Після появи комп'ютерних технологій вартість виробництва газет зменшилася.

Журнальне видання

Видання у вигляді блока скріплених у корінці аркушів друкованого матеріалу встановленого формату в обкладинці або оправі, яке видавничо пристосоване до специфіки даного періодичного видання

Встановлені формати — це прийняті для певного виду видання (газети, журналу) розміри, регламентовані нормативними документами

Журнал — (фр. journal) — друкарське періодичне видання. Поряд з газетою, журнал є одним з основних ЗМІ і пропаганди,

впливає на громадську думку, формуючи її відповідно до інтересів певних ідеологічних груп, суспільних класів, політичних партій, і організацій.

Часописи і технічний прогрес

Часописи капіталістичної доби швидко вбирали і використовували нові технічні досягнення. В 19 ст. до створення ілюстрацій залучили літографію, віднайдену Алоїсом Зенефельдером у 1796 році. Пізніше додадуть усі різновиди фотомеханічних засобів, офсет тощо.

З появою технологій комп'ютерної верстки і розповсюдженням комерційних друкарень з можливістю повнокольорового друку в Україні кінця ХХ почала ХХІ століття, журнали стали основним рекламоносієм товарів класу «преміум». Журнали як правило, адресовані до конкретної аудиторії читачів.

В Україні, як зрештою і в світі журнали були одним з основних видів ЗМІ протягом ХІХ і ХХ сторіччя. Нині під впливом зростання нових технологій передачі інформації, зокрема Інтернету, журнали почали відмовлятися від паперових версій і виходячи тільки в електронному вигляді. Так наприклад вирішили робити видавці журналу Лайф.

Різновиди журналів (часописів)

Журнали, як і газети, поділяються на декілька типів:

за періодичністю виходу — переважно не буває щоденних журналів, а щотижневі і щомісячні, деякі виходять навіть раз на кілька місяців;

за форматом;

за тематикою (літературні, мистецькі, сатиричні, релігійні, політичні тощо);

за характером, по характеру подачі інформації;

пов'язані з фахом (Бібліотекар, Робітниця, Бджільництво тощо)

орієнтовані на певний вік (Юний натураліст, Юний художник, Студентський меридіан, Техніка - молоді)

Часописи, що висвітлюють діяльність якихось організацій - культурних, релігійних (Кур'єр ЮНЕСКО, Культурно-просвітницька робота, Уральський слідопит, Новий світ мистецтва, Столиця і садиба).

Особливості журналів

Через те, що журнали виходять в світ рідше, ніж газети, вони відрізняються більш низькою оперативністю подачі інформації, зате у них більше можливостей для докладного аналізу подій, роздумів, підведень підсумків і т.д.

Залучення художників

Володарі друкарень і видавці часописів швидко зрозуміли, що світлини, мініатюри, ілюстрації добре доповнюють тексти, статті, нариси. В випадках статей про художників, архітекторів, в нарисах про виставки потреба в ілюстрації сягала рівня необхідності. До створення часописів швидко залучили художників.

5.2. Вимоги до редагування газетно-журнальних видань

Перед журналістом і редактором періодичних видань найперше висуваються дві вимоги:

- 1. Глибоке розуміння типології цих видань.*
- 2. Досконале знання теорії і практики жанрів.*

Типологія газетно-журнальних (або періодичних) видань містить такий перелік: газети, журнали, бюлетені, календарі, реферативні збірники, експрес-інформаційні випуски. Кожен з цих видів має свою періодичність, призначення, формат, стиль представлення матеріалів, наклад.

Предметом нашого розгляду стануть періодичні видання різного тематичного спрямування, розраховані на широку читацьку

аудиторію. Про специфіку ж редагування суто літературно-художніх та спеціальних періодичних видань (до останніх належать наукові, науково-теоретичні, науково-практичні та науково-технічні журнали), йтиметься пізніше, коли аналізуватимемо наступні означені розділи - літературно-художні та наукові видання.

Що ж до жанрів (а це три групи: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні), то ґрунтовне оволодіння ними редактором необхідне для того, щоб на практиці сповна використовувати можливості кожного з цих жанрів, осмислено редагуючи і конструюючи відповідний текст. Редакторові важливо також знати, що існуючий нині поділ жанрів не є догмою, оскільки в теорії журналістики й досі маємо різні підходи щодо їх класифікації. Тому тут головне - оволодіння своєрідною схемою, за якою можна відчутти правильне чи непрофесійне використання можливостей жанру, творчо при-внести до редагованого твору свої жанроутворюючі відтінки.

Наведемо приклад. Коротка замітка-повідомлення про приїзд до країни поважного іноземного гостя потребує від автора дотримання трьох головних ознак інформації - обов'язкової відповіді на запитання що, де, коли. Стилїстика такої замітки передбачає наявність у викладі загальноживаної лексики, відтінку офіційності в ній, авторської відстороненості. А тепер уявімо, що на стіл до редактора потрапила інформація початкуючого репортера про цю подію приблизно в такому викладі:

"Після довгого і хвилюючого очікування в аеропорту, в 30-градусну спеку, офіційних зустрічаючих з уряду, нарешті, величний іноземний літак Боїнг, дуже несхожий на наші старенькі АНи та ІЛи, доторкнувся української землі. Ще кілька миттєвостей і ось відрилися дверцята Боїнга. На трап важкою, втомленою після тривалого перельоту, ходою ступила нога опецькуватого,

лисуватого чоловіка, обперезаного якимось світлим балахоном. Це і був довгоочікуваний гість з далекої нам африканської країни." Безумовно, у цій замітці є багато слів і висловів, а то й цілих конструкцій, що виходять за межі жанру інформації. Отож, цей текст одно-значно не може піти на першу шпальту інформаційних повідомлень - він потрапить до редакційної корзини або потребуватиме кардинальної редакторської переробки. Натомість, скажімо, для жанру фейлетону такий тон викладу міг би згодитися.

Оскільки головним завданням редакції будь-якого періодичного друкованого органу є прагнення популярності, розширення кола своїх постійних читачів, або принаймні утримання завойованих на ринку друкованих мас-медіа позицій, високопрофесійний рівень підготовки всіх без винятку матеріалів є архіважливою справою. Перед редактором постійно стоїть питання: як досягнути того, аби матеріали не просто були прочитані, а й викликали інтерес читацької аудиторії, запам'ятовувалися?

Певною мірою, відповідь на таке запитання ми віднаходимо у своєрідному декалозі "Десять заповідань простого писання і редагування", який залишив нам видатний діяч українського відродження Іван Огієнко. Він, до речі, протягом усього свого життя - в Україні й в еміграції - наполегливо, всупереч несприятливим обставинам, займався редакторсько-видавничою справою і досягнув на цій ниві неабиякого поступу.

Суть цих заповідей зводиться до такого:

- 1. Ясний і простий стиль - то найкращий стиль.*
- 2. Пильнуймо писати так, щоб усі зрозуміли написане.*
- 3. Думаймо про це, починаючи писати чи редагувати.*
- 4. Ніколи не забуваймо про те, що наше писання може читати навіть не зовсім підготовлений читач.*
- 5. "Популярний" виклад корисніший за "науковий".*

6. Нема стилю "наукового" й "ненаукового" - є тільки стиль ясний і неясний.

7. Хто пише неясно, той проповідує в пустелі.

8. Поділ способів думання на "інтелігентський" і "народний" є некоректним.

9. "Інтелігентського" способу думання широка публіка не розуміє.

10. "Інтелігентський" спосіб писання і редагування шкодить розвитку нашої культури, бо його розуміє тільки обмежене коло читачів; кожен працівник пера мусить дбати, аби у його писаннях переважав спосіб простий і ясний.

Іван Огієнко не випадково слово інтелігентський бере в лапки, вживаючи його в переносному значенні, - як зарозумілий, зверхній, підкреслено заскладний для сприйняття звичайним читачем.

Приступаючи до редагування газетно-журнальних текстів, що починається, як правило, після обов'язкового першого наскрізного читання, редактор передусім має оцінити ці тексти з трьох позицій:

- фактаж;
- структури;
- манери викладу.

Коротко розглянемо змістове наповнення кожної з цих позицій.

Фактаж

Головним елементом змісту журналістського матеріалу є факт (або група фактів). Він і береться автором за основу для подальшого коментування, аналізу чи пояснення. Редакторові важливо на початку з'ясувати актуальність для видання такого факту, його новизну. Для цього, звичайно, слід бути обізнаним з випусками останніх новин, публікаціями конкурентів. Цілком зрозуміло, що, факт, про який було повідомлено днем раніше в

іншому друкованому органі, має викликати в редактора подвійну увагу. Як для інформації, такий факт є вже безнадійно застарілим. Інша річ - коментування його в аналітичному жанрі. Отож, наступним етапом редакторського аналізу є рівень коментування фактів автором. Ідеться передусім про глибину і всебічність такого аналізу, про наявність різних точок зору, про авторську незаангажованість, надто ж - у критичних матеріалах. Перевірка достовірності факту також входить до сфери компетентності редактора.

Редакторів від початку слід виробляти скептичне ставлення до поданих репортером фактів. У такому випадку виникне потреба перевіряти всі складові їх достовірності: точні посади, ініціали, імена героїв, назви політичних організацій, географічні назви, адреси, дати і цифри.

Щодо останнього, то редакторів доцільно звиряти перед підписанням до друку наведений у статті цифровий ряд навіть з калькулятором - часто буває, що цифри не збігаються. Скажімо, у реченні "Із зібраних у районі 28800 тонн зерна 22900 було здано державі, 1200 - залишено як посівний матеріал, а 9300 - відпущено комерційним структурам для перепродажу за кордон" цифровий ряд є явно алогічним: продано більше (аж на 4600 т, як з'ясувалося при підрахунку), ніж зібрано. Зрозуміло, що на якомусь етапі вкралася помилка, яку недогледів репортер, але яку мусить "виловити" редактор.

Пересторогу має викликати також ненадійне джерело отримання факту - політична партія, олігархічне видання, "табір" опонентів тощо, де відповідний фактаж міг з'явитися як замовний.

Досвідчений редактор, який уже навчився розрізняти недобросовісність окремих репортерів, фактологічній частині в таких матеріалах приділятиме подвійну увагу.

Структура

Йдеться про послідовність викладу матеріалу, що забезпечує надалі необхідний логічний взаємозв'язок та умотивовану сумірність усіх частин твору: вступної, основної, прикінцевої. Незавершеність попередньої думки, раптові перескакування від одного факту до іншого без так званого цементування "зв'язок", занадто розтягнутий вступ і зовсім відсутня завершальна частина - все це свідчить, що матеріал потрапив до рук редактора сирым саме у структурному плані.

Цей етап роботи буде ефективнішим, якщо редактор на початку з'ясує, в якому ключі написаний текст: описовому, теоретичному чи пояснювальному. Для описових текстів якраз і характерна наявність значної кількості фактологічного матеріалу, який потребуватиме перевірки. У пояснювальних же головним буде розкриття сутності явищ дійсності.

Тип тексту важливо враховувати перед застосуванням правки ще й тому, що не скрізь можна робити механічну перестановку його частин. Скажімо, в описових текстах така перестановка може бути корисною і формі, і змісту. А от у текстах, виконаних у пояснювальному ключі, найменша перестановка може викривити зміст матеріалу. Адже тут важлива послідовність смислових одиниць, які побудовані на судженнях. Часом вони не рівноцінні та впливають у строгій послідовності з попередніх. Порушення такої послідовності відбувається не лише через перестановку частин тексту, а й через непродумані до кінця скорочення. Нерідко буває, що саме в скороченому абзаці залишилося якесь ключове слово, без якого стає незрозумілою суть наступного абзацу. У викинутих "ночвах з водою" можуть бути прізвище, дата, аргумент, інформаційний привід для тексту, що викладається далі. У цих випадках редактор має пам'ятати про шкідливість механічних скорочень.

Щоправда, у журналістській практиці без скорочень обійтися ніяк не можна. Цю неприємну для авторів процедуру доводиться виконувати редакторам чи не найчастіше. Складніше буває з бездоганно "збитими" матеріалами, які не вміщуються на відведеній наперед площі шпальти. Тоді скорочувати доводиться, образно кажучи, не за допомогою сокири, а скальпеля. Тобто видаляються не абзаци, а лише окремі речення, фрази; для економії ж рядка, що "висить", - лише окремі слова.

Структура матеріалів інформаційних жанрів, як правило, потребує наявності на початку інтригуючого зачину. За кордоном це називають "лід" інформації (від англійського lead - головний). Коли ж у першому і в другому абзацах такого "лід" немає, а натомість є багато загальних фраз, що відволікають увагу читача, роблять твір скучним, - вони підлягають скороченню.

Манера викладу

Це, власне, є літературне редагування, яке передбачає удосконалення мови і стилю твору, виправлення наявних граматичних, синтаксичних і стилістичних помилок.

На цьому етапі роботи є також свої особливості. Передусім редакторів слід розрізняти явні мовностилістичні помилки, які виходять за межі правописних норм, і особливості індивідуальної манери письма автора. Коли така різниця усвідомлюється, тоді легко можна буде уникнути непорозумінь з автором через занадто часті й не завжди виправдані смакові редакторські правки. Деякі редакції газет, в яких вправно працює літературний редактор, нерідко "грішать" зайвим причісуванням індивідуальної манери письма авторів. Це і є смакова правка, яка усереднює, уніфіковує, згладжує особливості викладу матеріалу одного автора від іншого.

Натомість слід лише підтримувати спроби редактора спрощувати складні конструкції в тексті, уникати малопоширених

термінів. Якщо такий термін все ж вводиться в текст, то незайвим буде дати його доступне тлумачення.

Редактор має бути своєрідним вартовим, аби не допустити на газетні шпальти невинуватених жанровими особливостями матеріалу жаргонів, модних слоганів, заїжджених штамів, канцеляризмів.

І, насамкінець, у цій частині роботи слід подбати про "принцип однаковості" - дотримання так званого принципу єдиного представлення виробленого практикою стилю свого видання: однакового підходу до написання скорочень, ініціалів, великих і малих літер, мір величини, географічних назв тощо.

6. Перевірка фактичної інформації – основа роботи редактора в журналістиці

6.1. Факт. Види фактів

Журналістика є частиною соціальної інформації. Водночас вона професійно займається інформаційними процесами і навіть якоюсь мірою керує спілкуванням у суспільстві.

Саме слово "інформація", як відомо, не однозначне. Різні автори трактують його по-різному. Тривалий час під **інформацією прийнято було вважати повідомлення про події та факти.** У журналістській практиці й понині інформацією називають елементарні повідомлення, здебільшого некомензовані. *про те, що відбувається у світі.*

Інформація, теорія інформації органічно входять у **кібернетичну науку**, яка вивчає системи будь-якої природи, що здатні сприймати, зберігати і переробляти інформацію та використовувати її для керування та регулювання. Звідси досить поширена і використовувана мало не на кожному кроці, часто не

зовсім коректно і доречно, формула: "Хто володіє інформацією, той володіє світом".

Відомий український учений М. Амосов вважав, що інформація- "це зміна фізичного впливу (або параметра системи) в просторі і часі, взята окремо від її фізичного носія. Вона властива будь-якому предметові, тілу, системі, починаючи від елементарних частинок і закінчуючи космічними системами"⁰. Йдеться, отже, про заміну реальних фізичних явищ їх знаковими еквівалентами, які виражаються хоч і фізичними знаками, однак у багатьох випадках простішими і зручнішими для дій з ними. З цього погляду наука, література, мистецтво, не кажучи вже про журналістику, є інформацією. *Ми вестимемо мову про інформаційне суспільство, про інформаційні процеси, про інформаційний простір та інформаційну безпеку тощо. В науці дедалі більше уваги приділяється внутрішній інформаційній мобільності нації*⁴.

Наявні, звичайно, й інші, часткові, пристосовані до тих чи інших практичних завдань визначення і тлумачення інформації. У першому, прийнятому в незалежній Україні, **Законі "Про інформацію"**, всупереч існуванню інших думок, подане таке визначення інформації: "Під **інформацією** цей Закон розуміє документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі"⁵. Таке службове визначення має законну силу, хоч ніяк не вичерпує багатоманітності й універсальності самого поняття.

Журналістська інформація як певна частина соціальної інформації є документованими, публічно оголошеними відомостями про все, що відбувається довкола нас і незалежно від нас. Вона ґрунтується насамперед на реальних фактах. Тому для будь-якого працівника ЗМІ важливо розуміти природу н

особливості факту, закономірності використання його в журналістиці.

Факт (від лат. *factum* - зроблене) означає, як відомо, **дійсну подію, те, що реально відбулося**. Під словом "факт" прийнято також розуміти **судження або в інший спосіб зафіксовану реальність**. У першому випадку доцільно вести мову про **реальний факт**, в іншому - про **факт відображений**. Така двозначність слова призводить до *плутанини, непорозумінь, судових розборів*, оскільки під тим самим словом розуміють різні речі. Численні варіації на теми "факти підтвердилися", "факти не підтвердилися", "факти спростовані" є нічим іншим, як елементарною плутаниною. Якщо це реальний факт, тобто те, що відбулося в житті, то він не може бути ні спростований, ні підтверджений. Очевидно, у таких випадках *ідеться про відображений кимось факт. Зафіксований вербально чи в інший спосіб реальний чи об'єктивний факт завжди має елемент суб'єктивності й може бути помилковим, неправдивим*. Причини можуть бути різні: від суто технічних (недочув, не розібрався, сплутав, неточно зафіксував тощо) до свідомих перекручень, зумовлених певними інтересами. Неточність відображення може пояснюватись і складністю самих явищ, у яких журналістові нелегко орієнтуватись.

Точнішою методикою вивчення фактів володіє наука, теорія пізнання. Відомий *англійський вчений Б. Рассел у дослідженні людського пізнання виходив із визнання фактами всього, що є у Всесвіті*: "Факти є те, що робить твердження істинним або хибним"¹. Іншими словами, він визнавав факт як об'єктивну реальність і як частину наших суджень, які можуть бути слухними або помилковими.

Факти можуть нічого не означати, коли вони подаються безсистемно, без зв'язку з іншими фактами. Вони можуть означати

дуже багато, *мати вирішальне значення, коли розглядаються у зв'язку з іншими фактами, з певними логічними законами, теоретичними положеннями, наявною системою знань.*

Не заглиблюючись у складні наукові проблеми пізнання, звернемо увагу на практичні аспекти використання факту і системи фактів у відносно елементарному журналістському пізнанні. Як уже зазначалось, **журналістика поряд із соціологією** - ті сфери людської діяльності, які насамперед **грунтуються на фактах**. Журналістика, образно кажучи, на фактах сидить, фактами запрягає і ними ж поганяє.

Так повелось із самого зародження газети. XX і особливо XXI століття - це. крім усього іншого, шалена динаміка поширення й обміну інформації, збору, нагромадження та аналізу фактів. **Журналістика, система масової комунікації сповна, здавалось би, просякнута фактологічною інформацією.** Пояснюється ця закономірність багатьма причинами.

Причини особливої уваги журналістики до фактів:

- поглибленим пізнанням світу,
- необхідністю задовольняти природну цікавість і потребу людини у знаннях,
- загальним зростанням освіченості суспільства, незважаючи на низку парадоксів, пов'язаних із цим процесом.
- технічні можливості передачі, зберігання, переробки інформації,
- тенденції трансформації медіа-індустрії, її концентрації, транснаціоналізації та глобалізації¹.
- Однак є низка специфічних, властивих саме для журналістики причин особливої, часто навіть надмірної уваги і поваги до факту. **Сучасна людина, зважаючи на зростання її освітнього рівня, також унаслідок розчарування від довголітніх проповідей, "наукових"**

передбачень, які, звичайно, не збуваються, **прагне самостійно розібратись у процесах**, зрозуміти, що робиться довкола неї. Вона каже: "Не годуйте мене манною кашею. Я не маленький (маленька). Дайте мені факти, я сам (сама) здатний розібратись у всьому". Не будемо стверджувати, наскільки слухна і обґрунтована така позиція, але про живучість цієї тенденції переконливо свідчить надзвичайний свого часу успіх тижневика "Аргументы и факты", популярність і збільшення тиражів газет "Факты и комментарии", "Сегодня", успішна робота інформаційно-розважальних радіопрограм тощо.

- І, нарешті, ще один аспект цієї проблеми, який пов'язаний із самою природою факту, його відмінністю від судження. **Факт**, як мікроскопічна частинка реальної дійсності, ніби **вбирає в себе її певні ознаки**, якусь малесеньку частку цієї реальності. Це насамперед **предметність, багатоплановість, невичерпність**. Будь-який **факт багатший від судження**. *Вписуючись у систему суджень, у процес доказу, у той чи інший узагальнюючий журналістський виступ, факт втрачає властиву йому від природи багатогранність, висвітлюється однобоко.*

Проілюструємо це на конкретному, дещо комічному **прикладі**. Газета "Факты и комментарии" у номері за 5 березня 1999 року надрукувала таку замітку: "Принцеса Діана" - таке ім'я отримала дівчинка, яка народилась у Харкові, від своїх батьків. За повідомленням агентства "Інтерфакс-Україна", молоде подружжя, харків'янка і громадянин Нігерії, зіткнулись із труднощами при реєстрації імені в загсі, оскільки, за українськими нормами, ім'я повинно виражатись одним словом. Для молодих батьків зробили виняток і зареєстрували "подвійне" ім'я дочки."

Факт і тільки факт, жодних пояснень, жодних коментарів. Голий, так би мовити, факт. Можна посміхнутись, можна задуматись, можна поспівчувати, навіть привітати оригінальну пару.

Повідомлений факт "багатомовний". Його можна використати, відносячи до відповідної системи логічних суджень, вписати в аргументацію різних тез. Ось *декілька можливих сюжетів*. **Перший**. Заради погоні за модою батьки калічать долю своїх дітей. Адже з часом над дівчинкою можуть боляче кепкувати (подумаєш, принцеса!), як сьогодні кепкують над всякими Октябринами, Ленінами. Сталінами. Мілорами, народженими епохою революційного романтизму. **Другий**. Які все-таки бюрократи і буквоїди сидять у цих загсах, затьмарюючи найблагородніші поривання патріотично налаштованих молодят. У всіх у пам'яті живою була трагічна смерть симпатичної принцеси. **Третій**. Що не кажіть, а ми все-таки змінились. Раніше такої поступки не було б. Зрештою, як би там не було за метрикою, людину називатимуть або Принцесою, або Діаною. Можна знайти десятки інших можливих трактувань повідомленого факту, але тоді він втратить свою багатогранність, багатозначність.

У редакційній практиці поняття фактичний матеріал включає в себе

власне факти, тобто щось твердо встановлене, таке, що відбулося насправді,

власні імена,

географічні назви,

дати,

кількісні показники.

До фактичного матеріалу відносять також цитати.

У сучасній науці утвердилась певна практика класифікації фактів на відповідні групи

- 1. Прийнято вирізняти одиничні факти;**
- 2. систему, тобто групу фактів, які стосуються певного питання;**
- 3. Особливим різновидом фактів є статистика. Під нею прийнято розуміти типові зведені числові характеристики, які ґрунтуються на спеціально організованому масовому спостереженні певних фізичних, економічних, політичних, культурних та інших явищ. Статистика має справу із величезним масивом відповідних фактів, групуєчи й опрацьовуючи їх за складною науковою методикою, з метою кількісної характеристики тих чи інших явищ відповідно до їхніх ознак. Статистика дає знання про загальні закономірності, тенденції соціальних процесів.**

Закон України "Про інформацію" виділяє статистику як окремий самостійний вид інформації - статистичної. "Статистична інформація, - зазначається у ст. 19 - це офіційна документована інформація, що дає кількісну характеристику подій та явищ, що відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя України"¹.

Широко використовуються статистичні дані у соціологічній інформації, яка дає відомості про ставлення громадян до тих чи інших суспільних явищ, репрезентує не так самі явища, як узагальнену, виражену у цифрах та відсотках думку громадськості. Характерна щодо цього є замітка "Дзеркала тижня"² про результати маркетингових досліджень читацьких уподобань. Розмістивши у відповідній послідовності найбільш популярні, на думку фахівців, газети, вони повідомляють, що в межах столиці аудиторія одного номера газети "Сьогодні" сягає 486 тис. читачів,

"Факты и комментарии" -340 тис, "Вечерние вести" - 167 тис, "Киевские ведомости" - 159 тис. До трійки лідерів всеукраїнського рейтингу тижневих громадсько-політичних газет увійшли "Аргументи и факты - Украина" - 1.5 млн. "Московский комсомолец" в Украине" - 330 тис. "Дзеркало тижня"- 165 тис. читачів. Можна сперечатися, сумніватися у точності підрахунків. Адже цифри дуже невтішні, особливо для столиці України. Їх слід пояснювати й інтерпретувати, але не брати до уваги не можна.

1. Крім емпіричних, статистичних, деякі дослідники виділяють також **наукові факти**. (мають на увазі факти науково вивчені, осмислені за науковою методикою).
2. **Художні факти** — йдеться про художні узагальнення (картини, типові характери). Художній факт - результат вивчення митцем великої кількості одиничних фактів, втілених в узагальненому образі.

Зрозуміло, у текстах, які оприлюднюють ЗМІ, наводяться **факти, що різняться тематикою, ступенем складності й мірою узагальнення.**

За роллю фактів журналістські виступи можна умовно поділити на дві групи:

- подієва інформація, у якій факт відіграє самостійну роль і є до певної міри самоціллю;
- узагальнюючі, а тим більше аналітичні, концептуальні твори, де факти відіграють роль аргументів, служать для доведення певної думки, ідеї твору.

Від свіжих, вагомих фактів залежить рівень інформаційної насиченості статті, огляду, есе, нарису.

Наявні факти можна використовувати самостійно, навіть для доказу інших думок, що різняться від тих, які хоче довести певний автор. На цьому, власне, й будується полеміка, коли

опонент, використовуючи уже наведені факти, залучаючи нову інформацію, по-іншому тлумачить і пояснює їх.

У цьому випадку необхідно *звернути увагу на подачу фактів, міру поєднання самого факту і його тлумачення, пояснення. Йдеться* не про коментування, не про думку журналіста, не про його присуд з приводу того чи іншого явища, а *про таке подання факту, яке робить його зрозумілим, легше засвоюваним.*

Нагадаємо, що появи будь-якої, навіть найелементарнішої журналістської інформації, передують напружена попередня робота думки. Передусім чергу репортера, а також цілого колективу редакції, відділу, інформагентства. Насамперед у пошуку, відборі і перевірці достовірності актуальної й оперативної інформації. У цьому разі необхідно брати до уваги чинники соціального, політичного, психологічного, професійного характеру, зважаючи на інформаційну політику редакції, уподобання аудиторії, моральні й етичні норми. Значну роль тут відіграють національні традиції й уподобання. Адже журналістика японська відрізняється від, скажімо, французької, а німецька від американської. До того ж треба мати на увазі жорстку конкурентну боротьбу як у глобальному, так і в національному, навіть регіональному масштабі.

Інша річ. що читач чи слухач не помічає і не повинен помічати цього у самому тексті. Своєрідним еталоном таких некоментованих газетних повідомлень можуть бути новини, які друкуються протягом багатьох років у "Молоді України" під рубрикою "Факт". Ось декілька типових зразків: "30 господарств Запорізької області завершили збирання ранніх зернових. Загалом туї скошено понад 400 тисяч гектарів, обмолочено з 350 тисяч. Середня врожайність - 21,8 центнера. Усього в області планують

взяти близько 1 мільйона 350 тисяч тонн збіжжя" (27 липня 1999 року).

"Успішно закінчилася перша частина експедиції науково-дослідного судна "Горизонт" із Севастополя до берегів Антарктиди.

Полярники і моряки постаралися, щоб за рекордно короткий термін розвантажити судно, поповнюючи запаси української антарктичної станції "Академік Вернадський", передати вахту новій зміні зимувальників. Після п'ятиденної стоянки на антарктичному рейді "Горизонт" взяв курс до рідних берегів" (11 квітня 2000 року).

Телеграфний стиль. Жодних емоцій, епітетів, оцінок. Тільки факт. У другому випадку одиничний, у першому - статистичний, якісна подія розкривається через кількісні показники. Нас цікавлять не жанрові ознаки матеріалу, а спосіб подання факту.

Зазначимо, що не без впливу значно оперативніших і всюдисущих електронних мас-медіа характер подання фактів у пресі суттєво змінюється. Газети орієнтуються не так на подієву, як на смислову інформацію, тобто на висловлену кимось думку. Із швидкістю блискавки інформаційні агентства світу облетіла думка першої леді США Гіллари Клінтон про причини зрад свого чоловіка, висловлена нею в інтерв'ю новоствореному журналу "Ток". Їх, за словами дружини президента, слід шукати у дитячих роках майбутнього чоловіка, який у чотирирічному віці страждав від жахливих сварок між мамою та бабусею. На думку психологів, такі ситуації зумовлюють бажання догодити, сподобатись кожній жінці.

Інший приклад. Типовий номер популярної, особливо у Києві, газети "Сьогодні" за 16 серпня 2003 року. Друга і третя полоси - "Свіжі новини". Розворот відкривається рубрикою "Розбір польотів", під якою чотири стислі повідомлення - коментарі

редакторів, оглядача і кореспондента газети про важливі події. А ось про побиття одразу трьох журналістів у Донецьку газета устами свого кореспондента розповідає у солідному як для інформаційної сторінки матеріалі. Не аналіз, а саме розповідь, опис. Удвоє більше площі виділяє редакція трьом інформаційним кореспонденціям про надзвичайну подію світового масштабу - енергокатастрофу в США і Канаді. Розповіді супроводжуються картою і фотознімками. Ще одна інформація про арешт одного з великих терористів, а також добірки стислих повідомлень "Терміново в номер" та "Події" завершують інформаційну картину дня.

Газета, а тим більше тижневик, має більше можливостей детальніше, в подробицях поінформувати аудиторію, як це зробив кореспондент газети "День" у розширеній інформації "Іван Дем'янюк проти Сполучених Штатів Америки"¹. Видання повертається до відомої вже теми обвинувачення американського громадянина українського походження, який у роки Другої світової війни в одному з концтаборів нібито катував і вбивав євреїв. І хоч єврейський суд змушений був визнати вирок над немолодою людиною помилковим. Міністерство юстиції США знову звинуватило Дем'янюка у смертних гріхах. Тоді на захист стали син і зять оскарженого, і відповідати доведеться представникам американського уряду, оскільки висунуті старі, сфальсифіковані КДБ оскарження.

Нагадуємо цей сюжет, щоб проілюструвати приклад так званої поглибленої новини, як висловлюється дехто із дослідників. Йдеться саме про новину. Адже у цьому випадку, крім головного повідомлення (повторне звинувачення І. Дем'янюка), автор змушений був подати передісторію події, змалювати відповідне тло розвитку події та її підтекст. Адже американським та ізраїльським правоохоронцям не хочеться визнавати, що людина

провела декілька років у камері смертників, будучи невинною. До того ж руйнувався міф про "українця - органічного антисеміта". Однак остання фраза - це вже коментар, оцінка, ставлення до якої неоднозначне у нашій та західній журналістиці.

6.2. Етичні вимоги при роботі з фактами

Суб'єктивність у використанні фактів

Дуже важливим етапом праці журналіста над твором є збирання фактичного матеріалу до нього. *Повідомлення фактів, їх констатація, опис і добір - це вже їх певна оцінка, тобто вже самий добір фактів для оприлюднення є своєрідною попередньою їх оцінкою.*

Саме обрання того чи іншого факту для оприлюднення виокремлює його з-поміж інших і повертає до нього увагу громадськості.

Цим журналіст іноді впливає на природу факту й на дальший його розвиток, бо вже те, що на цей факт звернуто увагу, може змінити ставлення людей до порушених питань.

Суб'єктивізм журналіста може виявитися й у замовчуванні фактів, у прагненні не помічати тих із них, які йому "заважають".

За об'єктивними, некоментованими фактами часто простежуємо певну позицію, мету, політику власника ЗМІ.

Специфічною тенденцією сучасних мас-медіа нерідко є винятковий надмір інформації, змішування соціально важливих фактів з випадковими, з інтимно-особистими.

Редактор має розглядати факт у ряді інших, бачити його минуле й майбутнє, брати у всіх можливих взаємозв'язках.

З погляду практичної журналістики добір фактичного матеріалу дуже потрібний, по-перше, тому, що життя породжує щохвилини безліч різних фактів, а ефірний час, газетна площа

обмежені. По-друге, факти за своїм значенням далеко не рівноцінні. По-третє, вони нерідко повторюються. І, по-четверте, не кожний факт можна перевірити. Все, про що йшлося вище, визначає виняткову важливість редакторського аналізу фактичного матеріалу.

Також журналіст іноді подає **власну інтерпретацію факту**

Отже, мова про так званий прихований коментар, коли автор так розставляє акценти, що з самого тексту може напрашуватись відповідний висновок. Маємо справу з певною внутрішньою підказкою. Вона нерідко заохочується як у журналістській практиці, так і у теоретичних настановах. Редактор, наприклад, радить співробітникові: "Пиши так, щоб матеріал можна було розрізати - там, де кінчається новина і починається коментар". І додає: "Але щоб не хотілось його розрізувати". Деякі дослідники пояснюють ситуацію так: *"Читачеві, знайомлячись з подією, буває цікаво припустити, яким чином його можна інтерпретувати, і "підказка" журналіста в цьому напрямку сприймається як додаткове, не менш цікаве повідомлення, запропонований ракурс погляду на факт - теж нова відомість і до того ж поштовх до власних роздумів"*.

У практиці західної журналістики, як уже зазначалось, змішування новини і коментаря не тільки не заохочується, але й вважається небажаним, а то й недопустимим. Звичайно, всіх можливих варіантів, які трапляються у практиці, передбачити неможливо. *З певністю можна лише сказати, що прихований коментар не може і не повинен деформувати, спотворювати факт, збіднювати його.* Ні на етапи вивчення і збору, ні у процесі викладу.

При роботі з фактами та джерелами інформації журналіст повинен бути *точним та неупередженим, уникати конфлікту інтересів та відповідально ставитися до джерел інформування.*

Все це необхідно не тільки для того, щоб поважати себе і мати повагу колег. Без відповідальності за кожне слово журналіст втратить довіру читачів і його діяльність не матиме сенсу.

Повернімося в недалеке минуле.

Сергій Доренко був ведучим російського «ГРТ». Його підхід до добору матеріалів був спрямований тільки на одне — боротьбу з мером Москви Юрієм Лужковим. Як наслідок, уже кілька років професійний журналіст не може знайти собі роботу за фахом. Аудиторія сприймає його через призму замовних матеріалів та інформаційних війн.

В'ячеслав Піховшек — його аналітичні передачі привертали увагу аудиторії, до його слова дослухалися, але так було лише доти, доки він не почав відверто підтримувати тільки одну політичну силу. З цього часу передачі «Епіцентру» можна було дивитися тільки як підручник з пересмикування та перекручення фактів, такого їх добору, який дозволив би зробити висновок: влада права, а опозиція — ні. Нині цей розумний і талановитий журналіст втратив довіру глядачів і весь час чує вимоги колег та аудиторії про відлучення від ефіру за етичними мотивами.

Багато хто вважає, що ті журналісти, які беззастережно «грали» фактами та «зомбували» населення вигадками про опозицію, мають піти з екранів і газетних шпальт. Суспільство втомилося від брехні та перекручень у мас-медіа. Уникнути таких прикрих ситуацій можна лише за однієї умови: бути неупередженим, спиратися тільки на **ретельно зібрану та правдиву інформацію**. При цьому мас-медіа чи журналіст мають бути незаангажованими та працювати чесно і професійно.

Журналіст відповідає перед своїм виданням та аудиторією за додержання таких вимог:

- точність фактів;
- збалансованість подання різних позицій;

- достовірність відомостей;
- повнота інформації.

Точність фактів. Журналіст повинен бути впевненим у *правдивості інформації*, яку він поширює. Для цього слід переконатися у *надійності джерела інформації*. Якщо воно не викликає цілковитої довіри, то, як уже зазначалося, достатньо перевірити інформацію з двох інших незалежних джерел. Журналіст мусить бути особливо пильним, щоб нікому не завдати шкоди, оприлюднивши неповну або неточну інформацію.

Грубим порушенням етичних стандартів є зумисне викривлення фактів, їх тенденційний відбір, поширення неправдивої інформації, отримання матеріального заохочення від третіх осіб за тенденційну публікацію.

Часто неточність у фактах є результатом звичайної журналістської недбалості. На жаль, нині в медіа немає бюро з перевірки інформації, що підвищує загрозу появи незумисних помилок, які завдають відчутної шкоди авторитету та іміджу як редакції загалом, так і журналістові, що є автором матеріалу.

Оприлюднення неперевіреної та неточної інформації часто є наслідком браку часу чи бажання повідомити сенсаційну новину раніше, ніж інші медіа. Однак зазвичай такі спроби зміцнити свій авторитет мають зворотні наслідки.

Збалансованість подання різних позицій передбачає виконання трьох умов:

- має бути наведена та проаналізована вся інформація, зібрана журналістами при підготовці матеріалу;
- журналіст має наводити всі основні думки щодо об'єкта свого матеріалу;
- має бути чітко розмежований виклад фактів і власних думок журналіста.

Аудиторія має право не тільки знати думку журналіста щодо певної події, а й можливість робити власні висновки із поданого журналістом фактичного матеріалу.

Достовірність відомостей. *За правдивість відомостей, які викладені в його матеріалі, журналіст відповідає не тільки за етичними нормами, а й за законом.* Але, крім того, слід звернути увагу, що *журналіст не повинен використовувати незаконні або недостойні методи збирання інформації.* Це виправдано лише у разі гострої соціальної потреби.

Згадаймо, коли українські військові під час навчань влучили не в мішень, а в житловий будинок у Броварах (унаслідок цієї трагедії були людські жертви), Міністерство оборони нашої країни категорично спростовувало свою причетність до цього і висунуло версію про вибух газу. Лише після того, як знімальна група «Нового каналу» проникла до будинку під виглядом працівників Міністерства з надзвичайних ситуацій, відзняла ідеально рівний отвір, що залишився від падіння ракети, надала інші докази причетності військових до трагедії та показала це в ефірі, військове відомство змушене було визнати свою провину, а населення України дізналося правду про цю жахливу подію. Звичайно, таке збирання інформації було повністю виправданим.

Довіра аудиторії до матеріалу, що містить посилання на джерело інформації, значно зростає. Якщо інформація взята з першоджерела, журналіст має обов'язково зазначити, чи був він учасником події, а якщо матеріал підготовлено за свідченнями інших осіб, слід окрім перевірки правдивості їхніх слів зазначити, наскільки вони були близькі до події, чи не є їх слова переказом слів інших свідків. Навіть наводячи думку чи судження, обов'язково слід зауважувати на всі випадки, коли ці думки належать не журналісту. Інакше ж аудиторія сприйматиме їх як журналістську позицію.

При виборі джерел інформації журналісту для забезпечення достовірності матеріалу слід звертати увагу на такі моменти:

- близькість джерела до події, процесу чи явища;
- компетентність джерела у проблемі, що розглядається;
- кількість джерел (що їх більше, то більше гарантії достовірності);
- відсутність у джерела особистої зацікавленості у висвітленні проблеми під певним кутом зору.

Звичайно, медіа мають поширювати інформацію максимально оперативно, але це не повинно шкодити перевірці достовірності інформації.

Повнота інформації. В медіа мають бути представлені всі значущі факти з проблеми, що розглядається, без винятків і купюр. Неповна картина спотворює дійсність в очах аудиторії. Тенденційний відбір фактів є грубим порушенням етичних і професійних стандартів. Журналіст при висвітленні проблеми має давати весь спектр основних думок з цього питання.

Дотримання розглянутих вимог і умов забезпечить нейтральність журналістських матеріалів. **Журналіст повинен бути нейтральним, коли працює в інформаційному жанрі. При створенні аналітичного або художньо-публіцистичного матеріалу він має право на висвітлення своєї позиції. Слід лише дбати про те, щоб аудиторія могла чітко відділити цю позицію від інших думок та викладу фактів.**

6.3 Перевірка фактичних даних

Журналістський матеріал має ґрунтуватися на перевірених фактах. При цьому всі факти необхідно ретельно перевіряти. Перевірка важлива навіть у тих випадках, коли факти були раніше опубліковані або видаються цілком очевидними. Розгляд героя чи

проблеми публікації має бути всебічним. Журналіст повинен аналізувати всі доступні відомості, що стосуються об'єкта розгляду; подавати основні точки зору при розгляді контраверсійних проблем. У об'єкта критики завжди має бути можливість висловитися.

Саме в цьому знаходять вияв як бажання досягти об'єктивності, так і неупередженість позиції журналіста.

Для перевірки інформації журналіст повинен особисто зустрічатися з особами, які стали героями його матеріалів. Особливо це важливо, якщо вони стали героями негативними. Люди мають право знати точку зору всіх учасників будь-якого конфлікту.

Журналіст повинен обов'язково посилатися на джерела інформації своїх матеріалів. Аудиторія має право сама робити висновки про достовірність і неупередженість джерел.

Приховування джерел інформації можливе тільки як виняток. При цьому треба обов'язково з'ясувати мотиви, за якими джерела інформації хочуть залишитися анонімними.

Основні види (способи) перевірки фактичного матеріалу:

Звіряння факту з авторитетним джерелом. Самий процес звіряння нескладний. Проте журналіст має знати, до якого джерела звернутися в тому чи іншому випадку. Тут варто дотримуватися таких правил:

1. фактичний матеріал звіряють тільки за творами, з яких його взято. Для перевірки намагаються взяти останнє видання. Якщо праця увійшла до зібрання творів, користуються ним;

2. за потреби звернутися до довідкових видань перевагу надають загальним і галузевим енциклопедіям, енциклопедичним словникам, а з-поміж них тим, що вийшли в спеціалізованих академічних видавництвах ("Українська енциклопедія", "Большая российская энциклопедия", "Наукова думка" та ін.);

3. для перевірки статистичних відомостей треба звертатися до офіційних видань Держкомстату України (найчастіше це щорічники);

4. для встановлення правильності фактів з діяльності державних органів, зокрема тих фактів, які тільки нещодавно оприлюднені й не зафіксовані в довідниках, звертаються до офіційних видань - газет "Президентський вісник", "Урядовий кур'єр", "Голос України", журналу "Президент" тощо.

Внутрішньотекстова перевірка. *Вона передбачає вдумливий цілеспрямований аналіз контексту, який дозволяє дійти висновку щодо істинності або хибності відомостей. Іноді внутрішньотекстова перевірка вимагає нескладних обчислень, оскільки неточності часто виникають у підрахунках, у процентних показниках тощо.* Водночас варто зауважити, що, сприяючи виявленню помилок, внутрішньотекстова перевірка не завжди допомагає їх виправленню. Журналістові нерідко доводиться все-таки додатково звертатися до авторитетного джерела.

Офіційне підтвердження. Якщо перші два способи перевірки фактичного матеріалу не дозволяють установити істинність факту, доводиться звертатися по консультацію до компетентних людей, до спеціальних установ. Офіційне підтвердження наукового інституту, підприємства, організації, державної установи є авторитетною підставою для оприлюднення оригінального фактичного матеріалу.

Опрацювання фактичного матеріалу в ЗМІ вимагає від журналіста найбільшої зосередженості, уваги, чіткого додержання правил редакційно-технічного оформлення рукопису.

Причини появи помилок фактичної інформації

Журналіст повинен розуміти головні причини спотворення і деформації повідомлень на фактологічному

рівні, коли автор вдається до всіх трьох методів збору і вивчення інформації: спостереження, вивчення документів та інтерв'ю.

Спотворення, перекручення, замовчування, "продукування" фактів може бути навмисним, коли журналіст, керуючись власними інтересами чи амбіціями або під тиском редакції чи засновника, влади чи партії, окремої особи чи угруповання, йде проти правди. Це великий гріх, протиправний, аморальний вчинок, на який журналіста штовхає влада, капітал, злочинний світ, чинити опір яким він не може або не бажає.

Однак журналістська практика знає немало випадків ненавмисного перекручення, спотворення фактів. **Умовно причини таких помилок можна звести до декількох груп:**

– **неуважність, незосередженість журналіста.** У журналістику йдуть, у більшості випадків, люди поетичного складу мислення, не завжди точні у фіксації події, явища, навіть просто у передачі фрази. Такі, часто дрібні, неточності спричиняють немало клопотів і неприємностей;

– **технічні неточності.** Часто трапляються, коли інформація сприймається на слух у багатолюдній аудиторії, фіксуються прізвища, назви, особливо по телефону;

– **некомпетентність, невміння розібратись у складних речах,** скажімо, науковій термінології тощо;

– **ненадійність джерела інформації.** Журналістові нерідко важко оперативно визначити достовірність джерел, з яких доводиться черпати факти. Золоте правило журналістики - бути учасником звершення події, про яку доводиться писати, - може бути реалізоване далеко не завжди;

– **помилки "логічного мислення".** Вони трапляються навіть із най-досвідченішими журналістами. Суть їх у тому, що об'єкт, про який пише автор, йому добре знаний, логіка і послідовність розвитку подій теж передбачувані. Тому журналіст вважав

зайвим ще раз перевірити фабулу розгортання події, керуючись самою логікою, а вона, як свідчить досвід, може підвести;

– *надмір суб 'єктивізму, невміння і небажання відділити факт від коментаря*, про що йшлося вище. Сюди слід віднести фривольний, пародійний виклад факту, певної події, чужих думок, які можуть спричинити образу. Це складне питання і потребує окремого розгляду в плані жанрових особливостей стилю.

Кожен журналіст у процесі практичної роботи застосовує індивідуальні засоби уникнення фактологічних помилок, та все ж якісь загальні методичні принципи можна сформулювати. Насамперед це максимум уважності й акуратності як у сприйманні, так і у фіксації інформації. Також це вміння вникнути, розібратись, зрозуміти, про що йдеться. Тут важлива як відповідна довідкова інформація, так і поради старших колег, фахівців. Журналіст, особливо початкуючий, не повинен соромитись незнання. Значно гірше, коли така сором 'язливість призведе до фактичних помилок. Окремо слід звернути увагу на перевірку, особисту чи за допомогою інших людей, перебігу, перипетій подій, а не сподіватись на те, що саме так мало би бути.

Мати надійне джерело, а точніше джерела інформації - значить уникати прикрих помилок. Це впливає з досвіду абсолютної більшості журналістів-професіоналів. Окремі з них налагоджують знайомства, дружать з людьми, здатними бути своєрідними внутрішніми експертами.

І, нарешті, згадуване уже вміння користуватись інформацією з різних, особливо незалежних джерел. Цього мистецтва демократичної журналістики нам треба наполегливо вчитись у наших західних колег.

РОЗДІЛ IV. ОСНОВИ КОРЕКТОРСЬКОЇ ПРАВКИ

7. Співпраця редактора і коректора – запорука якісного видання

7.1. Коректура – важлива складова редакторського процесу

Людське творення завжди спрямоване на досягнення найдосконалішого матеріального чи духовного продукту. Однак на шляху до нього зазвичай бувають проміжні, чорнові, варіанти майбутнього остаточного результату. Вони підлягають удосконаленню, або ж корективам. Звісно, часом їх здійснити не вдається. У Л. Костенко є такі рядки:

Життя іде і все без коректур. І час летить, не стишує галопу...

Тобто прожиті миті не можна пережити вдруге — краще, правильніше, адже людське життя не має чернеток... Ось так видавничий термін входить у єство художнього твору — стає образом позитивних змін та доопрацювань.

Отже, коректура в найзагальнішому значенні — це виправлення помилок. Слово «*corrigo, -age*» в латинській мові (з якої воно й походить) означало «щось поліпшувати, виправляти, спрямовувати». Але підкреслимо: *не будь-яке виправлення помилок вважається коректурою*. Приміром, робота вчителя-філолога з учнівським зошитом передбачає виправлення синтаксичних, пунктуаційних та інших мовних огріхів з метою оцінювання письмової роботи, а не її публікації. *Власне ж коректура — це органічна складова редакційно-видавничого процесу, яка робить видання адекватним авторському тексту, задуму видавців, існуючому правопису та видавничим стандартам. Таким чином, коректура є умінням випускати видання без помилок.*

Проте, як показує досвід, це майже неможливо: у ході створення видання, колись рукописного, пізніше і нині — друкованого, неминуче постають помилки. Причому різноманітного характеру: орфографічні, пунктуаційні, у міжслівних чи міжрядкових проміжках, шрифтових виділеннях, порушення порядку рядків, абзаців та багато інших. Усіх їх обов'язково слід виправити, перш ніж передати оригінал-макет до друку.

У листі до сина Дмитра від 14 вересня 1981 р. В. Стус, із властивою йому образністю, висловився так: «Письмо з помилками — то як невмиті руки чи зуби». Справді, однієї неточності, особливо в іменах, назвах, цифрах, датах, вистачить, щоб дезінформувати читача, відбити бажання читати таку книгу, довіряти їй. Усі творчі зусилля можуть зійти нанівець внаслідок прикрих недоглядів людини, котра відповідає за грамотність випущеного продукту та його ідентичність видавничому оригіналу (тобто варіанту тексту, до якого прийшли автор і редактори). Або ж навпаки, сумлінне коректування забезпечить виданню високу пізнавальну цінність і читацьке визнання. То що ж ми вважаємо коректурою?

Коректура — 1) етапи редакційно-видавничого процесу, на яких виправляють помилки у відбитках з комп'ютерного складання, а також безпосередньо в його електронній версії;

2) те ж, що і коректурні виправлення, тобто сукупність виправлень, які здійснює працівник видавництва чи друкарні у коректурному, пробному відбитку чи в електронній його версії;

3) на професійному жаргоні — коректурні відбитки, або ж ко-ректи;

4) навчальна дисципліна, що входить до курсу підготовки спеціалістів із видавничої справи та журналістики.

Термін «коректура», як бачимо, багатозначний, бо водночас означає етап у виданні певної друкованої продукції, назву цього процесу, сукупність паперових відбитків, у яких спеціальними знаками позначають помилки і, нарешті, галузь знань, що досліджує цю тематику.

Діячі української науки і культури (М. Максимович, Т. Шевченко, Марко Вовчок, Леся Українка, І. Франко, М. Грушевський, С. Єфремов, Є. Чикаленко та ін.) неодноразово підкреслювали важливість цілковитої вчитаності тексту. Леся Українка вважала бідою «ті помилки друкарські». Видаючи у Львові за допомогою І. Франка книгу «На крилах пісень» (1893), писала йому з Колодяжного в листі від 2 травня 1892 р.:

Побачили ми, що видавати щось за кордоном і коригувати тут річ дуже затяжна, отож мушу я добрих людей трудити своїм виданням. Збірник мій має видаватись моїм коштом, тільки вже Вашим заходом. [...] Всі видатки, які треба, — мої, чи на коректу, чи на що слід. Тільки останню коректу, будьте такі ласкаві, самі протримайте, то вже буде мені та певність, що хоч у моїх віршах і є помилки поетичні, та не буде друкарських. Самі знаєте, яка то біда, ті помилки друкарські. Тільки два видання я бачила без помилок: «З вершин і низин» та «На новий шлях».

Авторка збірки, зауважте, велике значення надавала тому, хто триматиме коректуру. І довіряла не всім — хіба що І. Франку. А ще О. Огоновському — цьому поважному літературознавцю, професору Львівського університету вона просила свого видавця (І. Франка) пересилати частини її книги. Були в неї і певні зразки для наслідування — бездоганні щодо коректури поетичні збірки «З вершин і низин» І. Франка та «На новий шлях» Уляни Кравченко.

Тож **професійний коректор** — співробітник видавництва, редакції чи друкарні, що виконує коректуру, — несе велику відповідальність не тільки перед читачем, а й автором. Адже

останньому вельми прикро бачити свій текст спотвореним. Для прикладу: в іншому листі (від 18 січня 1904 р.), написаному до матері, О. Косач, Леся Українка мовить про необхідність поставити над окремими віршами майбутньої збірки вибраних поезій, присвяти певним особам. Причому пропуски у цьому делікатному аспекті книги, як вона пише, є виною коректора.

Щодо ініціалів тих товаришів, до яких були писані листи-вірші, то я з охотою виставлю їх, [...] до Стешенка відносяться вірші «Товаришу мій, не здивуйте з лінивого вірша...», а до Кривиню-ка «Зимова весна» і «Чи згадали мене ви хоч раз у тюрмі». Над віршами «Порвалася нескінчена розмова» я прошу надписати: «Пам'яті С[ергі]я М[ержинського]». Здається, у «Відгуках», по вині коректора, не поставлено над «Легендами» посвяти Людї, як було в рукописі, то треба Тї відновити.

Коректорів традиційно відносять до технічних працівників видавництва і редакцій. Тобто їхня робота, за своєю суттю, не вважається творчою, на відміну від роботи редактора чи журналіста. Виникає навіть парадокс: успіх видання зазвичай співвідносять із автором, редактором чи упорядником. Якщо, підкреслимо, видання пройшло належну коректорську обробку. А якщо ні, то... То критичні зауваження насамперед сипляться на адресу коректора.

У видавничих колах же висококваліфікованих коректорів насправді шанують не менше, ніж творчих співробітників. Адже ретельна підготовка матеріалу до друку (зчитування, вичитування, звіряння), зроблені та незроблені виправлення врешті-решт виявляються такими ж важливими, як написання автором і редакторське удосконалення матеріалу. Точність у відтворенні підготовленої до друку інформації, правописна культура (своєрідна видавнича гігієна, як писав В. Стус), зручність і нешкідливість читання (т. зв. ергономічність видання), плідні взаємини автора та

видавництва — усе це може визначити рівень професіоналізму коректорату. **Отже, коректорат** — *структурний підрозділ видавництва, редакції періодичного видання, друкарні, в якому працюють коректори,— аж ніяк не може вважатися у них другорядним.*

Якою ж є **структура коректорату**? Очолює коректорат, як правило, старший коректор або завідувач коректорату. Він планує і безпосередньо контролює роботу коректорату, готує звітність. У газетній редакції старший коректор підпорядковується відповідальному секретареві; у книжковому видавництві завідувач коректорату узгоджує діяльність ввіреного йому підрозділу із завідувачами галузевих редакцій.

Завідувачу коректорату підпорядковується кілька співробітників (від одного до десяти), з кваліфікацією трьох ступенів: вичитувачі (висококваліфіковані спеціалісти); коректори (звичайної кваліфікації) і підчитувачі (початківці). Це — повна версія структури коректорату, що може мати варіанти у практичному житті.

Професійні коректори працюють у видавництвах і редакціях (видавничі коректори) і друкарнях (друкарські коректори). Отже, коректорати поділяються на друкарські та видавничі. В їхній роботі чимало спільного, проте їхні завдання певною мірою і відрізняються, про що йтиметься далі.

7.2. Коректурні правила верстки

Верстка – *це формування шпальт видання визначеного розміру зі складових елементів: основного тексту, заголовків, таблиць, формул, репродукцій ілюстрацій, графічних елементів, колонтитулів, колонцифр з дотриманням поліграфічних та естетичних норм.*

Критерії зручності читання тексту формувалися століттями. Друкований знак, слово, речення, абзац, сторінка мають сформований образ, стереотип сприйняття, який читач розпізнає без додаткових зусиль. Тому верстка має допомогти йому у цьому, не відволікати і не заважати зосередитися на змісті. Зручність читання тексту передається у легкості переходу ока з рядка на рядок, швидкому пошуку потрібного абзацу чи розділу, чіткому розрізненню знаків шрифту. При цьому око не втомлюється, швидкість читання підвищується.

По мере розвитку цифрових технологій вёрстку стали здійснювати на комп'ютерах з допомогою спеціальних програм, найбільш популярними з яких, починаючи з 1990-х, були Ventura Publisher, Adobe PageMaker, Adobe FrameMaker, CorelDraw, Microsoft Publisher і QuarkXPress, а в наше час і Adobe InDesign. Альтернативою візуальним програмам складають системи комп'ютерної вёрстки, такі як LaTeX або Lout.

Найбільш популярні комп'ютерні програми вёрстки:

Ventura Publisher,
Adobe PageMaker,
Adobe FrameMaker,
CorelDraw,
Microsoft Publisher,
QuarkXPress,
Adobe InDesign.

Правила набору і вёрстки не є обов'язковими, вони не зафіксовані у стандартах, але їх дотримання дає можливість зробити видання естетично привабливим, покращити сприйняття змісту, уникнути подвійного тлумачення, підвищує культуру видання. Всі правила мають в основі закони композиції, традиції друкарської справи і культури нашого суспільства.

Основні вимоги до зверстаних шпальт книжково-журнального видання:

1. Поля, формати набору, абзацні відступи, інтерліньяж повинні мати однаковий розмір на всіх сторінках видання (+ відбивка від тексту, оформлення списків, однаковий розмір спусків тощо) – **уніфікація**.
2. Верстка повинна бути **привідною** (лінійною) – рядки тексту у шпальтах та на розвороті видання мають бути на одній лінії.
3. Необхідно уникати «**коридорів**» – суміщень проміжків між словами по вертикалі чи похилій лінії у трьох чи більше рядках поспіль.
4. Потрібно уникати **завислих** рядків.

Завислий рядок – перший рядок абзацу, що закінчує сторінку, і останній рядок абзацу, що починає сторінку.

5. Текст **кінцевого рядка** має перевищувати в 1,5-2 рази розмір абзацного відступу, тобто містити не менше 5-7 літер. *Рядок перед кінцевим не може закінчуватися переносом; кінцевий рядок має починатися повним словом.* В кінцевих рядках не залишають скорочення ("і т. п."), аббревіатури чи цифри з позначеннями.
6. Правила переносу:

- а. сторінку (особливо непарну) не можна закінчувати знаком переносу;
- б. кількість переносів поспіль не може бути більше: для формату верстки від 5 кв. (одношпальтного тексту) – 4; до 5 кв. (багатошпальтного) – 5.

Технічні правила переносу

Заборонено:

- ділити переносом скорочення, написані великими літерами;
- відділяти скорочення, які стоять перед власними назвами, від самих власних назв (*п. Іваненко, м. Київ*);

- ділити переносом складні скорочення (*і т. п., і т. д., та ін.*);
- ділити переносом цифру та скорочену одиницю вимірювання, що стосується цієї цифри (*14 м.; 25 м.*);
- відділяти переносом ініціали від прізвища;
- відділяти переносом номер рубрики від її назви;
- відділяти переносом спеціальні знаки від цифр, що стоять за ними (*№ 5, § 37*);
- відділяти прийменники та сполучники від слів, яких вони стосуються;
- закінчувати рядок підряд трьома - чотирма крапками, комами, тире, двокрапками, крапками з комами, апострофами і подібними до них;
- переносити в наступний рядок усі розділові знаки, *крім тире?*;
- відривати дужки та лапки від тексту, якого вони стосуються, і переносити їх у наступний рядок чи залишати в попередньому;
- ділити переносом такі слова, друга частина яких звучить неевфонічно (наприклад, *бригада, спалахами*);
- ділити переносом цифри, що утворюють одне число, а також порядкові числівники з нарощеннями (*345 231, 21-а, 15-й*);
- робити переноси у виданнях для читачів-початківців (дошкільнят та частково дітей першого класу);
- робити переноси в заголовках (крім тих, що йдуть упідбір із текстом).

Спуск – це відстань од верхньої межі шпальти до першого рядка тексту. + спускова шпальта

Спуски у всьому виданні повинні бути однаковими і складати приблизно чверть висоти шпальти. Найбільше відхилення від визначеного у видавничій специфікації розміру спуску – один рядок.

Кінцева шпальта – остання сторінка видання чи його розділу.

На кінцевій шпальті матеріал повинен займати мінімум чверть встановленого формату і як максимум – на три-чотири рядки менше від нього. Таким чином виокремлюється закінчення книги чи певного розділу.

Колонцифри, колонтитули, колонлінійки

Колонцифра – порядковий номер сторінки видання, розташований угорі або внизу сторінки

Колонцифри виконують шрифтом тієї ж гарнітури, що й основний текст (якщо немає спеціальних вказівок технічного редактора)

Нижні колонцифри заверстують, як правило, шрифтом меншого кегля, ніж основний текст.

Колонтитул – текстовий рядок, що розміщується над основним текстом кожної шпальти, покращує оформлення видання і полегшує користування ним (пошук необхідного розділу книги, слова в словнику та ін.)

Колонтитули розташовують, відповідно до вимог видавничої специфікації, одним зі способів: унизу, вгорі або збоку шпальти. Їх, як правило, відбивають лінійками. Їх варто робити змінними.

Текст колонтитула, розташований над лінійкою, відбивають від неї на 2 п.

Колонтитули відбивають від основного тексту на 5-10 мм.

Колонцифри, колонтитули не ставлять:

– на титульних шпальтах (авантитул, контртітул, фронтиспис, титул, зворот титулу, шмуцтитул)

- на «пустих» шпальтах (зворот титулу, шмуцтитул, сторінки «для нотаток»)
- на шпальтах з вихідними відомостями
- на сторінках, повністю заповнених ілюстраціями (крім наукових, технічних видань)
- на вклейках
- верхні – на спускових, нижні – на кінцевих шпальтах.

Шмуцтитул – внутрішній титул – окрема шпальта, на якій розміщено заголовок частини, розділу книги, окремих творів збірки.

Епіграфи та присвяти, що стосуються усього видання, можна заверстувати на першій текстовій шпальті, на окремих шпальтах перед або після титульного аркуша. Якщо *шпальта не заповнена*, епіграфи та присвяти розташовують на рівні її візуальної третини у правій частині. **На заповненій шпальті** (особливо якщо йдеться про однорядкові епіграфи і присвяти) їх заверстують за рахунок спуску над рубрикою з відбивкою від неї на 16-24 п. І теж у правій частині шпальти.

Епіграф чи присвяту до окремої частини видання заверстують між заголовком цієї частини і першим рядком її основного тексту. І відбивають від них на однакову величину — у межах двох рядків.

Якщо епіграф складається з кількох частин, то кожна з них відбивається від попередньої та наступної на 4 п.

Посилання на джерело відбивається від епіграфа на 2 п.

Заголовок

Ієрархія заголовків

Шмуцтитул

Заголовок «шапкою»

Заголовок у спусковому проміжку

Заголовок у розріз із текстом (початковий, рядовий, з відбивками, без відбивок)

Заголовок у підбір із текстом

Заголовок кватиркою (віконце) / Заголовок - «ліхтарик»

Заголовок прихований у тексті

Заголовок у розріз із текстом (початковий, рядовий, з відбивками, без відбивок)

Заголовок на початку неспускової текстової шпальти зверху не відбивають. Але якщо вгорі шпальти є колонцифра чи колонтитул (у свою чергу відбиті від подальшого тексту за відповідними правилами), його відбивають на кегельну величину шрифту — таким чином відбивка стає більшою за звичайну.

Проміжок над простим заголовком повинен бути у півтора раза більшим, ніж під ним.

Проміжок над складним заголовком повинен бути вдвічі більшим, ніж під ним. Проміжки між рядками складного заголовка повинні послідовно зменшуватися, що забезпечить його візуальну компактність і цілісність.

Над заголовком усередині тексту слід заверстати мінімум чотири рядки.

У журнальних, газетних, інформаційних виданнях і виданнях оперативної поліграфії припустимо заверстувати над і під заголовками три рядки тексту.

Слова у кількарядкових заголовках не переносять.

Заголовок кватиркою (віконце) / Заголовок - «ліхтарик»

«Віконце» — врізний підзаголовок.

«Ліхтарик» — підзаголовок-боківник, розташований на березі сторінки.

Ширина «віконець» у всьому виданні повинна бути однаковою і не перевищувати повного формату.

Рядки над і під «віконцем» заверстують без відступу, перекриваючи «віконце» мінімум на $\frac{1}{2}$ —1 кегельної. Якщо кінцевий рядок попереднього абзацу не перекриває «віконце», то його закривають нижче.

«Віконця» повинні бути закриті вгорі та внизу найменше трьома рядками тексту; у виданнях оперативної поліграфії — мінімум двома.

«Ліхтарики» розташовують, як правило, на зовнішньому березі: на парній шпальті ліворуч, а на непарній — праворуч. І на одному рівні з першим рядком свого абзацу.

«Ліхтарики» відбивають від основного тексту мінімум на 6 п.

«Ліхтарик», що розташовується внизу сторінки, заверстують таким чином, щоб під ним залишалось мінімум три повних рядки.

Види верстання з ілюстраціями

Відкрите верстання – ілюстрація розташована вгорі або внизу шпальти і примикає до тексту одним або двома боками.

До ілюстрації великого формату внизу підверстують мінімум 4—6 рядків — інакше таку ілюстрацію подають окремою шпальтою.

Закрите верстання, або в оборку – ілюстрація примикає до тексту з трьох боків – вгорі, внизу і збоку, немов оповита оборкою.

Ілюстрацію заверстують у зовнішній березі: на парних шпальтах — ліворуч, а на непарних — праворуч. Якщо на шпальті дві ілюстрації в оборку, то другу ставлять у корінець.:

Величина абзацних відступів в оборках залишається такою ж, як і в основному тексті.

Довжина рядка в оборці — не менше 1,7 кв. (не менше 31,5 мм).

Оборку не розпочинають кінцевим рядком і не закінчують абзацним.

Якщо заверстують в оборку одну ілюстрацію, то її розташовують на оптичній середині шпальти із зсувом угору. Якщо ілюстрацію заверстують на шпальту із заголовком певного розділу чи параграфу, то це правило дозволяється порушувати.

Ілюстрацію закривають зверху і знизу мінімум чотирма рядками тексту.

Дві ілюстрації неоднакового розміру заверстують, використовуючи оборку, в якій повинно бути мінімум чотири-п'ять рядків.

В оборки не можна заверстувати заголовки. На підзаголовки це правило не поширюється.

Верстання врозріз – ілюстрація розташована поміж рядками тексту – «розрізає» шпальту на два прямокутники.

Врозріз заверстують ілюстрації, що завширшки рівні або близькі формату верстки.

Ілюстрацію врозріз не розташовують безпосередньо після абзацного або перед кінцевим рядком.

Ілюстрацію заверстують на оптичній середині шпальти з невеликим зсувом вгору,— так, щоб $3/8$ тексту було над ілюстрацією і $5/8$ — під нею.

Глухе верстання – у дво- і багатоколонковій верстці ілюстрація закрита текстом з усіх чотирьох боків.

Верстання виконують без оборки або з оборкою з двох боків: при одноколонковій верстці ілюстрацію заверстують без оборки; а при багатоколонковій верстці ілюстрацію двічі беруть в оборку текстом.

При багатоколонковій верстці дозволяється розташування ілюстрацій у внутрішніх колонках без оборки. У цьому разі

ілюстрації не слід розташовувати біля верхнього або нижнього краю шпальти.

Верстання на березі – кілька дрібних ілюстрацій розташовані на березі шпальти послідовно одна під одною.

Ілюстрації розташовують посередині берега, що залишиться після обрізки видання,— тож при верстанні слід враховувати величину обрізки.

Якщо заверстувані ілюстрації дрібні й мають різні розміри, то їх вирівнюють по зовнішньому краю.

Верстання з виходом на берег – частина ілюстрації винесена на берег.

Краї ілюстрації повинні виступати за обрис текстової шпальти не менше ніж на 1/2 кв.

Верстання під обріз – краї ілюстрації збігаються з обрізами видання.

Заверстуючи ілюстрацію, до уваги беруть величину подальшої обрізки видання: не можна заверстувати ілюстрацію у межах частини сторінки, що відрізатиметься при поліграфічному виготовленні друкованого продукту.

РОЗДІЛ V. ПРАКТИКУМ РЕДАГУВАННЯ

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

КРЕДИТ 1. ТЕОРІЯ РЕДАГУВАННЯ

Практичне заняття № 1-2

Початкові відомості про видавничу справу, редагування

Теоретичні питання

1. Структура видавничої справи: видавнича діяльність, поліграфія, розповсюдження.
2. Актуальний стан видавничої справи в Україні
3. Редакторські професії та фахові вимоги до них

Практичні завдання

Усно

1. Детально прочитати Закон України про видавничу справу.
2. Охарактеризувати основні функціональні обов'язки працівників редакції та видавництва за окремими посадами: редактора, коректора, художнього редактора, технічного редактора, журналіста, менеджера з продажу, копирайтера, рерайтера, контент-менеджера та ін.

Письмово (1 на вибір)

1. На основі матеріалів «Вісника Книжкової палати» та інших видань підготувати повідомлення на тему «Актуальний стан видавничої справи в Україні»
2. Підготувати огляд видань-переможців у різних(!) конкурсах, виставках, форумах «Найкраща книга року-2018» (або 2017 р.). Якими є критерії вибору цих видань?

Запитання для самоконтролю (за Законом України про видавничу справу)

Що таке видавництво і що таке видавнича діяльність?

Визначте складові частини видавничої справи.

Що таке Державний реєстр видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції?

Кому в Україні дозволено займатися видавничою справою без внесення видавця до Державного реєстру?

Що таке обов'язковий примірник видань? За якими адресами його розсилають? Які плюси і мінуси розсилки?

Назвіть загальні тенденції розвитку української видавничої справи на сучасному етапі.

Які головні вимоги висуваються до претендента на вакантні редакторські посади сучасними роботодавцями?

Література

1. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. **Тема 1, 9.**

2. Матеріали «Вісника Книжкової палати» (http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9615184)

3. Закон України про видавничу справу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80>

Практичне заняття № 3

Редакційно-видавничий процес

Теоретичні питання

1. Етапи редакційно-видавничого процесу
2. Роль редактора, види редагування, редакторська етика
3. Поняття про оригінал.

Практичні завдання

Письмово (1 на вибір – повторно)

1. На основі матеріалів «Вісника Книжкової палати» та інших видань підготувати повідомлення на тему «Актуальний стан видавничої справи в Україні»
2. Підготувати огляд видань-переможців у різних(!) конкурсах, виставках, форумах «Найкраща книга року-2018» (або 2017 р.). Якими є критерії вибору цих видань?

Запитання для самоконтролю

Що таке редакційно-видавничий процес?

На які етапи його можна умовно розділити?

Назвіть складові підготовчого процесу та означте роль у цьому процесі редактора.

Які найголовніші умови має поставити редактор перед прийманням авторського оригіналу?

Які первинні документи необхідно зібрати редакторові для заведення „Облікової картки видання”?

У яких випадках рецензування майбутнього видання є обов’язковим?

Назвіть основні вимоги до рецензії оригіналу, що пропонується до видання.

Окресліть оптимальний варіант проходження оригіналу в редакції видавництва.

Які виробничі процеси в друкарні не можна завершити без участі редактора?

Назвіть типові помилки, які можна виявити в зовнішньому оформленні видання та у його внутрішній частині під час виробничого етапу.

Якими є завдання редактора на маркетинговому етапі редакційно-видавничого процесу?

Назвіть і охарактеризуйте види редагування.

Охарактеризуйте поняття «редакторська етика».

Література

1. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. К.: Наша культура і наука, 2005. Тема 10.
2. Енциклопедія видавничої справи : навч. посібник / Ткаченко В. П., Чеботарьова І. П., Киричок П. О., Григорова З. В. Харків : ХНУРЕ, 2008. С. 137-148.

КРЕДИТ 2. РЕДАГУВАННЯ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ

Практичне заняття № 4

Книга – основний предмет видавничої діяльності у сучасному законодавчому полі

Теоретичні питання

1. Основні види видань: терміни та визначення (ДСТУ 3017-95):
 - а. Види видань за цільовим призначенням.
 - б. Види видань за аналітико-синтетичним переробленням інформації.
 - в. Види видань за інформаційними знаками.
 - г. Види видань за матеріальною конструкцією.
 - д. Види видань за обсягом.
 - е. Види видань за складом основного тексту.
 - ж. Види видань за періодичністю.
 - з. Види видань за структурою.
 - и. Види неперіодичних видань за інформаційними ознаками.
 - к. Види періодичних і продовжуваних видань.
2. Матеріальна (зовнішня) структура книги
3. Змістова (внутрішня) структура книги.
4. Законодавство України про книгу

Практичні завдання (виконати одне на вибір)

Підготувати і принести на практичне заняття приклади оригінальних видань, різних за цільовим призначенням; АБО різних видів видань за інформаційними знаками; АБО різних видів видань за періодичністю; АБО різних видів періодичних і продовжуваних видань.)

На основі підручників, за якими навчаєтеся, прокоментуйте приклади вдалого і невдалого структурування редактором-видавцем основної частини видання.

Підберіть і проілюструйте на практичному заняття приклади з вкладками та наклейками у конкретних виданнях; приклади видань у футлярі і видань із закладками.

Проілюструйте на конкретних прикладах різні варіанти форзаців і суперобкладинок. Дайте коментар щодо доцільності використання форзаців, суперобкладинок у конкретних виданнях.

Запитання для самоконтролю

1. *В чому полягає сутність розуміння подвійної природи книги;*
2. *Коротко охарактеризуйте складові змістової частини книги;*
3. *У яких випадках доцільно формувати в книжковому виданні вступну частину?*
4. *Чим відрізняється передмова від вступної статті?*
5. *Коротко охарактеризуйте складові основної частини книги.*
6. *Яку послідовність має ієрархія членування тексту в основній частині видання?*
7. *Коротко охарактеризуйте складові заключної частини книги.*
8. *Які відмінності між примітками і коментарями?*
9. *Коротко охарактеризуйте складові матеріальної структури книги.*
10. *Що таке книжковий блок?*
11. *Якими є деталі книжкового блоку?*
12. *Які функції виконує обкладинка видання?*
13. *У чому відмінність обкладинки від оправи?*
14. *Які функції оправи?*
15. *Коротко охарактеризуйте ознаками суперобкладинки.*
16. *Що таке форзац і яким від буває з точки зору художнього виконання?*
17. *Дайте характеристику капталу й корінця.*
18. *У яких випадках доцільно виготовляти до книжкового видання футляр?*

Література:

1. ДСТУ 3017-.... Видання. Основні види: Терміни та визначення.
2. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця. – Тема 1, 6.
3. Закон України про видавничу справу
<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80>
4. Закон України про авторське право і суміжні права

Практичне заняття № 5

Оформлення службової частини книги

Теоретичні питання

1. Вихідні відомості на титульній сторінці
2. Вихідні відомості на звороті титульного аркуша
3. Вихідні відомості на останній сторінці
4. Макет анотованої каталожної картки

Практичні завдання (15 б.)

Проаналізувати оформлення вихідних відомостей у 2-х виданнях, різних за цільовим призначенням (**зробити ксерокопії** титульних аркушів, зворотів титульного аркуша, прикінцевих сторінки, **підписати** всі елементи вихідних відомостей за стандартом ДСТУ 4861:2007, зробити **висновок** про дотримання/недотримання вимог стандарту).

Література

1. ДСТУ 4861: 2007 «Видання. Вихідні відомості»
2. Оформлення вихідних відомостей у виданнях : метод. реком. / уклад. Г. М. Плиса ; Книжкова палата України. – К., 2008. – 52 с.

Практичне заняття № 6-7

Змістова структура книги

Теоретичні питання

1. Змістова (внутрішня) структура книги.
 - а. оформлення службової частини видання (обговорено на практичному занятті № 4);
 - б. доцільність вступної частини;
 - в. редакторська підготовка основної частини видання:
 - система рубрикації;
 - цитати;
 - внутрішньотекстові посилання (на таблиці, ілюстрації тощо);
 - затекстові посилання;
 - таблиці і виводи;
 - ілюстрації, текстівки;
 - зміст.
 - г. робота над заключною частиною видання

Література:

1. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця. – Тема б.
2. Мильчин А. Э., Чельцова Л. К. Справочник издателя и автора: Редакционно-издательское оформление издания. – М. : Олимп, 1999. – 688 с.

КРЕДИТ 3. РЕДАГУВАННЯ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНИХ, ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

Практичне заняття № 8

Періодичне видання як предмет видавничої діяльності

Теоретичні питання

1. Поняття «періодичні видання»
2. Газета як предмет видавничої діяльності:
 - а. види газет за тематикою, читацькою адресою, періодичністю, форматом, стилем оформлення;
 - б. рубрики газети;
 - в. газетні жанри (інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні);
 - г. дизайн газети.
3. Журнал як предмет видавничої діяльності:
 - а. види журналів за тематикою, читацькою адресою, періодичністю, форматом, стилем оформлення;
 - б. рубрики журналів;
 - в. дизайн журналів.

Практичні завдання (виконати одне на вибір) (5 б.)

Представити приклади газет, різних за тематикою.

Представити приклади газет, різних за читацькою адресою.

Представити приклади газет, різних за періодичністю.

Проаналізувати рубрики газети, співвіднести їх із загальною концепцією видання.

Проаналізувати рубрики журналу, співвіднести їх із загальною концепцією видання.

Література:

ДСТУ 3017 Видання. Основні види: терміни та визначення.

ДСТУ 4861 Видання. Вихідні відомості.

Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с. (загальна характеристика жанрів) [Електронний ресурс]

Картер Мишель Современный дизайн газет. [Электронный ресурс].

Сайты: <http://journalib.univ.kiev.ua/>, <https://detector.media/>, <http://mediadriverriver.online/>, та ін.

Практичне заняття № 9

Сучасні інтернет-проекти

План

1. Феномен Інтернету як нового інформаційного простору
2. Інтернет-проект, видо-типологічні ознаки
3. Сучасне і майбутнє інтернет-проектів: інтернет і традиційні медіа, професійні онлайн-видання і соціальні мережі

Практичне завдання

Підготувати огляд на одну із тем (на прикладах сучасних інтернет-проектів, не менше 5), визначивши концепцію, охарактеризувавши читацьку адресу, окремі рубрики, проблематику (**можна запропонувати власну тематичну добірку*):

1. Сайти для розваг, дозвілля, онлайн-торгівлі
2. Довідкова інформація (словники, енциклопедії...)
3. Інтернет для навчання і про навчання (<https://osvitoria.media/>, а також масові відкриті онлайн-курси (prometheus.org.ua, <https://www.coursera.org/>...), Інтернет-конференції...)
4. Медіаосвіта & медіакультура (Проект VOXEDUCATION, Медіадрайвер, журналістика даних – Texty.org.ua)
5. Інтернет-журнали новітнього формату (<https://theukrainians.org/>, <https://ain.ua/>, <https://platfor.ma/>,)
6. Соціальні мережі
7. Пошукові системи
8. Блогосфера

9. «Інтернет захоплені» (<http://www.vertigo.com.ua/>, <http://stos.com.ua/>, <http://studway.com.ua/>, <https://auto-motive.info/> та ін.)
10. Регіональні інтернет-проекти
11. Онлайн-бібліотеки...
12. Сайти державних структур

Література

1. Гвоздев В. Інтернет і криза газет: реалії та прогнози.
URL: <http://social-science.com.ua/article/1103>
2. Матеріали мережі Інтернет

Практичне заняття № 10

Жанрова палітра сучасної журналістики

План

4. Факт – основа журналістського відтворення світу
5. Пошук і перевірка фактів – основа журналістики (фактчекінг)
6. Жанри журналістики:
 - а. інформаційні жанри (новинна журналістика)
 - б. аналітичні жанри
 - в. художньо-публіцистичні жанри

Практичне завдання

1. Використовуючи «Інструкцію з перевірки фейків», обрати публікацію на одну із тем і виконати повну перевірку фактичної інформації. Тематика:
 - політичні новини
 - економічні новини
 - освіта
 - регіональні новини
 - культура
 - спортивні новини
 - технології

Питання для самопідготовки

1. Що таке фактчекінг? Охарактеризуйте мету і значення фактчекінгу
2. Опишіть правила і методи перевірки фактів:
 - пошук першоджерела інформації;
 - перевірка дати публікації;
 - перевірка істинності місця події;
 - контроль фото- і відеоінформації.
3. Охарактеризуйте інформаційні жанри журналістики, у чому полягає їхнє головне завдання.
4. Охарактеризуйте аналітичні жанри журналістики.
5. Охарактеризуйте художньо-публіцистичні жанри журналістики

Література

1. Медіадрайвер – навігатор у світі медіа. Розділ «Фейки. Інструкція з перевірки фейків» – <http://mediadriver.online/fejki/instruktsiya-z-perevirki-fejkiv/>
2. Михайлин І. А. Основи журналістики (Загальна жанрологія і журналістика) – https://pidruchniki.com/19240701/zhurnalistika/zagalna_zhanrologiya_zhurnalistika

Корисні посилання

Онлайн-курс від VoxUkraine та EdEra «Фактчек: довіряй-перевіряй» – https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/feykotest_znadyi_pravdu_sered_brekhni/

Перший фактчекінговий проект в Україні – VoxCheck, який викриває брехню та маніпуляції в заявах політиків – <https://voxukraine.org/uk/category/proekti/voxcheck-uk/>

[http://www.osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/fantastichn
i feyki y de ikh shukati yak fake news stalo ponyattyam roku/](http://www.osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/fantastichn_i_feyki_y_de_ikh_shukati_yak_fake_news_stalo_ponyattyam_roku/)
[http://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-
vidriznyati-brehnyu-vid-pravdi/](http://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-vidriznyati-brehnyu-vid-pravdi/)
[http://texty.org.ua/pg/article/hohobi/read/81775/Jak vidriznyty sp
ravzhni novyny vid fejkovyh Pidsumky?a_offset](http://texty.org.ua/pg/article/hohobi/read/81775/Jak_vidriznyty_sp_ravzhni_novyny_vid_fejkovyh_Pidsumky?a_offset)
[https://opinion.biz.ua/2017/11/13/pro-faktcheking-u-dobu-
postpravdi/](https://opinion.biz.ua/2017/11/13/pro-faktcheking-u-dobu-postpravdi/)
[https://en.wikipedia.org/wiki/Fact checking](https://en.wikipedia.org/wiki/Fact_checking)

КРЕДИТ 4. ОСНОВИ КОРЕКТОРСЬКОЇ ПРАВКИ

Практичне заняття № 11-12

Коректура технічного складання

Теоретичні питання

1. Система коректурних знаків. Алгоритми використання коректурних знаків.
2. Уніфікація набору текстів.
3. Коректура математичних і пунктуаційних знаків
4. Правила подання числової інформації
5. Коректура скорочень
6. Коректура заголовків та цитат

Практичні завдання

1. Виконати коректуру тексту
2. Виконати комп'ютерну коректуру

Література

1. Крайнікова Т. Коректура / Т. С. Крайнікова. – К. : Наша культура і наука, 2005. – Тема 5.
2. Мильчин А. Э., Чельцова Л. К. Справочник издателя и автора: Редакционно-издательское оформление издания / А. Э. Мильчин, Л. К. Чельцова. – М. : Олимп: ООО «Фирма «Изд-во АСТ»», 1999. – 688 с.

Назви (велика, мала літера, лапки, написання разом, окремо, через дефіс) – с. 44-82.

Скорочення (види скорочень і загальні вимоги до них: графічні скорочення, ініціальні аббревіатури, складні слова, «высекаемые» слова, змішані скорочення) – С. 83-97.

Числа і знаки (кількісні числівники, порядкові числівники, правила нарощення, знаки в тексті) – С. 98-117.

Дати і позначення часу – С. 118-122.

Цитати (загальні правила цитування, використання лапок, абзац, велика, мала літера, пропуск тексту, примітки) – С. 123-139.

Внутрішньотекстові посилання (на таблиці, ілюстрації тощо) – С. 140-151.

Таблиці і виводи (нумераційний, тематичний заголовок, оформлення заголовків граф, боковика тощо) – С. 204-228.

Практичне заняття № 13

Коректура зверстаних шпальт

Теоретичні питання

1. Дотримання правила уніфікації верстки.
2. Способи уникнення завислих, коротких кінцевих рядків
3. Технічні правила переносів
4. Правила верстки спускової та кінцевої шпальт
5. Верстання колонцифр, колонтитулів, колонлінійок
6. Особливості верстки окремих сторінок

Практичні завдання

1. Виконати коректуру зверстаних шпальт

Література

1. Крайнікова Т. Коректура / Т. С. Крайнікова. – К. : Наша культура і наука, 2005. – Тема 6.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

КРЕДИТ 1. ТЕОРІЯ РЕДАГУВАННЯ

Самостійна робота № 1

1. Завдання «*Шукаю роботу за спеціальністю*». Знайдіть в мережі Інтернет сайти типу «Пошук роботи» (www.work.ua, www.rabota.ua та ін..). Віднайдіть на цих сайтах пропозиції щодо вакантних «редакторських» посад у видавництвах чи редакціях газет (журналів). Систематизуйте матеріал за такими параметрами: загальні вимоги, ділові якості, професійні вимоги, заробітна плата. Підготуйте таблиці відповідно до цих параметрів. Зробіть висновок, яких якостей **вам** ще бракує.

Самостійна робота № 2

(Обрати і виконати одне завдання із запропонованих)

1. На основі аналізу видавничої продукції конкретного книжкового магазину або інформації щодо нових надходжень конкретного книжкового інтернет-магазину складіть список видавничих новинок за трьома напрямками формування видавничої програми: безпрограшні видання, кон'юнктурні видання, ексклюзивні видання.
2. Поспілкуйтесь із працівником книгарні або проаналізуйте сторінки книжкового інтернет-магазину і підготуйте огляд: «Що на сьогодні є бестселером (за тематикою)».

Самостійна робота № 3

(Обрати і виконати одне завдання із запропонованих)

1. Порівняти трактування завдань редагування в працях двох різних дослідників. Викласти свої міркування з цього приводу у вигляді короткого реферату (на 2-3 сторінки).

Д. С. Григораш

«Вдосконалення змісту газетних матеріалів є політичним і науковим редагуванням, а правка мови і стилю – редагуванням літературним.»

Р. Г. Іванченко

«... виправлення під час шліфовки твору зумовлюються потребою поглянути на текст не авторським, а стороннім оком і в ході цього погляду переконатися, чи всі деталі авторської думки читач зрозуміє так, як їх розуміє автор, чи всі складники викладу доступні йому.

Редагування – це, фактично, перевірка тексту з позиції сприймання.»

Коляда Т.Ф., Морозюк І.Є.

«Редагування – це форма діяльності та літературно-творчої практики, яка являє собою процес встановлення ступеня відповідності твору, призначеного для видання, мовному ідеалові та нормам побудови текстів, закріпленим у практиці публіцистичного, ділового, наукового та іншого мовлення, а також процес допомоги автору в удосконаленні твору (виправлення помилок, уточнення формулювань, аналіз інформативної наповненості та комунікативної доступності матеріалу) з метою довести або максимально наблизити його цінність до суспільно необхідної.

Літературне редагування – це редагування з погляду мовного ідеалу та дотримання норм побудови твору, закріплених у практиці публіцистичного, ділового та інших стилів мовлення. Слово

«літературне» зовсім не означає, що таке редагування пов'язане винятково з аналізом і правкою художніх, літературних творів.

Стосовно будь-якої сфери мовленнєво-мовної діяльності слово «літературний» пов'язується з поняттям, що в європейській культурі 17-18 ст. означало красномовство, володіння літературною мовою.»

Беззубов А. Н.

«Літературне редагування – аналіз, оцінка і вдосконалення форми твору в композиційному, стильовому (мовному) плані.»

Накорякова К. М.

«Сьогодні трактуємо літературне редагування як філологічну дисципліну, таким чином маємо можливість осмислити і систематизувати накопичені спостереження. Як структурно комплексна дисципліна, вона застосовує для розв'язання своїх завдань широке коло гуманітарних знань (логіки, психології, суспільних наук), враховує наукові розробки тієї галузі знань, якій присвячена конкретна публікація. Але перше місце серед наук, на які спирається у своїй теорії літературне редагування, займають лінгвістика і літературознавство. Закономірно наше звернення для вирішення практичних завдань до методик інших прикладних філологічних дисциплін: бібліографії, текстології, інформатики. Стало можливим поновити перервану в певний період філологічну традицію і згадати про досить повно розроблені методики дисциплін, предметом яких було мистецтво викладу, – риторики, поетики, теорії словесності. Філологічний аспект в осмисленні роботи редактора дозволяє зосередити увагу на вивченні словника, стилю, системи жанрів матеріалів масової інформації, їхніх літературних особливостей, включити в коло спостережень історію публікацій, а також літературну творчість письменників і журналістів. Створення риторики і поетики матеріалів масової інформації обговорюється сучасними лінгвістами, які розглядають масову інформацію як особливий вид словесності, що утворює сферу спілкування зі своїми мовними і стилістичними особливостями.»

Партико З. В.

«... в нашому посібнику будемо базуватися на нормативній концепції предмета редагування. Отже, предмет редагування – це приведення об'єкта редагування у відповідність із чинними у певний час у конкретному суспільстві нормами, а також його творча оптимізація, метою яких є отримання заданого соціального ефекту.»

Різун В. В.

«Літературне редагування – це вид суспільно-культурної діяльності, пов'язаної з регулюванням інформаційно-комунікативних процесів у суспільстві через засоби масової інформації і спрямованої на підготовку журналістського матеріалу до друку або виходу в ефір. Як вид діяльності літредагування є системою професійних дій, спрямованих на виконання практичних завдань, які формулюються за результатами редакторського аналізу журналістського матеріалу під впливом реальної виробничої ситуації.»

Академічний тлумачний словник (1970—1980)

«Редагувати – 1. Перевіряти і виправляти або відповідно оформляти певний текст. 2. Бути керівником якого-небудь видання.»

Мільчин А. Е.

«Основа редагування як діяльності – критичний аналіз призначеного для видання твору з метою його правильної оцінки і допомоги автору в удосконаленні змісту і форми твору заради інтересів читача, видавця і автора.»

«У нашому розумінні редагування складається із редакторського аналізу рукопису, його оцінки, а також допомоги автору в розробленні програми його вдосконалення, із безпосереднього шліфування рукопису автором (разом із редактором або під впливом його обґрунтованих зауважень) або

редактором (за умови обов'язкового узгодження з автором усіх редакційних змін).»

«Суть і головне завдання редагування, на наш погляд, полягає не в правці рукопису, а в мисленнєвій перевірці його якості, того, наскільки повноцінно він задовольнить потреби читача, щоб на цій основі допомогти авторові усунути недоліки і підсилити переваги твору.»

Билінський К. І.

«Завдання літературного правщика – обробити мову твору, його стиль, лексику і фразеологію. Але це не означає, що правщик може відволіктися від змісту і займатися лише формально граматичною та лексичною сторонами тексту. Літературний правщик зобов'язаний зробити текст не тільки граматично правильним, але й таким, що легко сприймається. Це означає, що йому потрібно слідкувати за стилем і композицією твору. У недостатньо обробленому творі він зобов'язаний виправити неправильно або невдало побудовані роздуми, перевірити аргументацію, і весь ілюстративний матеріал, викреслити зайве, випадкове, зробити весь твір логічним. Правщик повинен допомогти автору вибрати із засобів літературної мови ті, які найбільш точно і переконливо передають думку і відповідають призначенню твору. Необхідно говорити і про перевірку фактів.»

Капелюшний А. О.

«Рекомендуємо ... особливу увагу звернути на з'ясування питання редагування як наукової й навчальної дисципліни та завдань і особливостей редагування в умовах різних ЗМІ. При цьому важливо пам'ятати, що останнім часом сформовано різні підходи до згаданих проблем, зокрема до змісту понять «редагування» та «редагування як наукова й навчальна дисципліна». ... Редактор у ЗМІ повинен постійно зважати на ще один чинник: редагуючи конкретний текст, треба мати на увазі, що цей твір є мікроструктурою, яку в ЗМІ неодмінно включають до макроструктури. Це своєрідно позначається на процесі редагування в ЗМІ.»

«Нерідко окремі дослідники абсолютизують один з аспектів редагування, вважаючи, що саме він і становить предмет розгляду в навчальному курсі й у науковій дисципліні «Редагування». Є три аспекти редагування: політичний, науковий і літературний. Найчастіше дехто з науковців абсолютизує саме останній, визначаючи предмет редагування в ЗМІ як мовностилістичне вдосконалення тексту, не беручи до уваги політичний і науковий аспекти.»

Феллер М. Д.

«Редактор, на наш погляд, – дуже чутливий і висококваліфікований читач, здатний сприймати рукопис очима того, кому адресована книга, і в той же час достатньо підготовлений, щоб побачити, що хотів сказати автор, і підказати йому, в чому полягає складність розуміння його думок та почуттів і як уникнути цих перешкод.»

2. Порівняйте етапи (схеми) роботи літературного редактора, запропоновані різними вченими.

Мільчін А. Е.

Аналіз і оцінка композиції твору

Аналіз і оцінка рубрикації

Аналіз і оцінка фактичного матеріалу

Аналіз і оцінка тексту з логічного боку

Аналіз і оцінка мови і стилю

Накорякова К. М.

Аналіз логіки викладу тексту

Робота над композицією рукопису, заголовком

Робота над текстами, різними за способом викладу (опис, розповідь, роздум)

Робота над фактичним матеріалом

Капелюшний А. О.

Редакторський аналіз додержання в тексті законів і норм логічного мислення

Особливості редагування різних видів текстів (тексти-описи, розповіді, роздуми)

Редакторська оцінка композиції рукопису, робота із заголовком

Редакторська робота над фактичним матеріалом

Удосконалення редактором мовностилістичних особливостей тексту

Іванченко Р. Г.

Точність слововживання

Зрозумілість слова

Стислість викладу

Тональність викладу

Мовні штампи

Ясність тексту

КРЕДИТ 2. РЕДАГУВАННЯ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ

Самостійна робота № 4

Підготуватися до опитування за питаннями

1. Змістова (внутрішня) структура книги.

а. доцільність вступної частини (*передмова, вступна стаття – с. 461-465 за Мільчиним*)

1. У яких випадках доцільно формувати в книжковому виданні вступну частину?
2. Чим відрізняється передмова від вступної статті?
3. Назвіть 5 завдань передмови видання.
4. Яка проблематика передмови (Що є змістом передмови)?
5. Назвіть основні завдання вступної статті.

б. підготовка основної частини видання (*рубрикація (заголовки) – с. 9-36; цитати (загальні правила цитування, використання лапок, абзац, велика, мала літера, пропуск тексту, примітки) – С. 123-139; внутрішньотекстові посилання (на таблиці, ілюстрації тощо) – С. 140-151; затекстові посилання – бібліографія, с. 573-604; ілюстрації, текстівки – с.249-267; зміст – с. 328 за Мільчиним*)

6. Назвіть функції заголовків.
7. Назвіть різновиди заголовків за змістом, формою і складом.
8. Назвіть різновиди заголовків за розміщенням їх на шпальтах та відносно тексту.
9. Що є джерелом цитати? В яких випадках джерелом цитати може бути цитата?
10. У яких випадках не використовують лапки при цитуванні?
11. Назвіть, на які елементи видання може бути оформлене внутрішньотекстове посилання.
12. Назвіть різновиди бібліографічних посилань за місцем розташування відносно основного тексту.
13. У яких випадках використовують внутрішньотекстові бібліографічні посилання?

14. У яких випадках використовують підрядкові бібліографічні посилання?
 15. У яких випадках використовують затекстові бібліографічні посилання?
 16. З якою метою використовують підписи до ілюстрацій?
 17. Коли не використовують підписи до ілюстрацій?
 18. Назвіть основні вимоги до змісту.
 19. В яких виданнях може не бути сторінки змісту?
- в. підготовка заключної частини видання (*примітки, коментарі, покажчики, бібліографічні посилання тощо*), додатки (*різновиди*) – с. 234-248; *покажчики* – с. 360-444; *коментарі* – с. 467-469; *примітки* – с. 470-529; *післямова* – с. 466 за Мільчиним)**
20. Назвіть 3 функції післямови в книзі.
 21. Назвіть різновиди додатків (рус. - приложений).
 22. У яких виданнях і за яких умов потрібні додатки?
 23. Назвіть 6 функцій покажчиків.
 24. З якою метою використовуються покажчики у довідкових, наукових, навчальних, нормативних, науково-популярних, літературно-художніх виданнях?
 25. З яких елементів складається рядок покажчика?
 26. Назвіть різновиди покажчиків за об'єктами пошуку; за принципом розміщення рубрик.
 27. Яке головне призначення приміток? (с. 470)
 28. Назвіть різновиди приміток за авторством; за місцем розташування; за змістом.
 29. Назвіть різновиди коментарів. (с. 467)
 30. Чим коментарі відрізняються від приміток?

КРЕДИТ 3. РЕДАГУВАННЯ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНИХ, ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

Самостійна робота № 5

Проаналізувати два періодичні видання (газету і журнал) за планом:

- 1. Концепція видання*
- 2. Вид періодичного видання за тематикою, функціональним призначенням, читацькою адресою, періодичність.*
- 3. Формат видання.*
- 4. Рубрики періодичного видання (постійні, непостійні), яким чином рубрики пов'язані із концепцією, видом видання.*
- 5. Жанрова палітра видання (інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні жанри).*
- 6. Художнє оформлення періодичного видання (шрифти, інтервали, засоби зорового розчленування тексту).*
- 7. Ілюстрації (зв'язок із концепцією видання).*
- 8. Оформлення службової частини періодичного видання (відповідає / не відповідає вимогам ДСТУ 4861).*

Самостійна робота № 6

Знайти і виправити мовностилістичні помилки, допущені у газетно-журнальних виданнях (приклади А. О. Капелюшного).

Лексичні недоліки

1. Змалку людина виплескує свою агресивність, вживаючи іграшкові пістолети, автомати, а в даному випадку - справжню зброю.
2. Ще одне унікальне явище, присутнє лише в Україні - "адвокатура про всяк випадок".
3. Газета "Сільські вісті" звернулась до парламенту з проханням затвердити закон про тимчасові слідчі комісії у новій редакції. Депутати погодились, пошук нової редакції для газети триває.
4. Парламент закликав Президента піти у відставку. У відповідь Президент закликав парламент піти значно далі. Дискусія триває.
5. Неділя складається із семи днів.

6. В Москві, і у Львові люди йшли відпочити, мали святковий настрій, були безпечними, бо не чекали лиха.
7. Третім пріоритетом є покращення житлових умов городян.
8. Новорічне поздоровлення обійшлося Ользі в тисячу доларів, але вона вважає, що коханий чоловік цього коштує.
9. До якого психотипу можна зачислити наше суспільство?
10. А в 1968 році один з китів Голівуду - студія "Юніверсал" - заключила постійний контракт з 21-річним режисером.
11. Чи в нас таку принциповість сугестують екстраестетичні чинники?
12. Жирна шкіра не вимагає додаткового зволоження. Твердження невірне.
13. Окрім цього, неможливо спрогнозувати суспільно-політичні наслідки референдуму на подальший розвиток подій у державі.
14. Триває будівництво нового будинку.
15. Сьогоднішня гра показала, що крім визначеного рівня майстерності, потрібно бажання. Коли є – приходить результат.
16. В останні місяці року стало очевидним, що найбільш довіреними людьми Леоніда Кучми залишаються Юрій Кравченко та Микола Азаров. їм президент може довіряти найбільше. Саме на них він може покластися.
17. Якщо хто-небудь з них не прийме участі в конкурсі, то тільки тому, що сам так вирішить і відкличе заявку.

Морфологічні проблеми

Іменник

18. Кажуть, на похорони дружини вас привезли в наручниках і під конвоєм?
19. У кожній упаковці нового альбому Пономарьова "Вона" буде одноразовий пакетик шампуня "Timotei".
20. Його спроба захистити в Чернівцях цю ж саму дисертацію на здобуття вченого ступіня доктора історичних наук скінчилася невдачею. Плагіат був помічений

21. "А мене вчора собака вкусила!" - "Скажена, мабуть?" -
"Ні, нормальна. Чого б це я скажену за хвоста смикав!.."

Прикметник

22. В середовищі українських олігархів відбувається процес природнього відбору.
23. Такими призами "нагороджують" гірші фільми минулого року.
24. У селі я почуваю себе більш близьким до нашого народу, до наших національних традицій.
25. Найпам'ятніший Новий рік дитинства. Самий перший? 1969-й!

Числівник

26. Початок тижня вам не сподобається. Але середина тижня принесе одні удачі.
27. Так, у комплекс "Пуща Водиця" входить 42 дачних будинків та пансіонат на 36 номерів.
28. До гола "Динамо" встигло провести ще пару атак.
29. Пан Пітерман вже зробив пропозицію, еквівалентну 3,5 мільйонів фунтів.

Займенник

30. Водій зробив наїзд на пішохода у забороненому для цього місці.
31. Насправді це класна команда, наскільки я встиг переконатися. Це я побачив із їхнього ставлення до роботи, до тренувань.
32. Коли перечитуєш мудрі тексти, написані редакторами й публіцистами з поважних ЗМІ й т.зв. політологами, зауважуєш, що кожен з них має іншу, дедалі похмурішу візію того, що на нас чекає в цьому столітті.
33. Тепер же у цієї газети упереджене ставлення до мене як до особи. І вони мене паплюжать.

Дієслово

34. Індекс на конвертах вказуватиметься по-новому.
35. 12 березня Таня приїхала з запису з Москви, а 19-го березня 1993 року родила сина.

Синтаксичні вади

36. Кожен Новий рік зустрічає по-своєму.
37. В результаті візиту на цьому острові без свободи на волю випустили чимало противників компартії, яку очолює Фідель Кастро.
38. Під час аварії одна з пасажирок загинула, ще троє подорожуючих з пораненнями потрапили в лікарню.
39. Телеканал "Студія "1 +1" надала приблизно однакову кількість ефіру всім кандидатам у президенти, а тональність висвітлення переважно була нейтральною.
40. У мене залишилися надзвичайні спогади про ті гастролі. І не лише у мене, але й у всіх, що приїхали разом зі мною.
41. На базі педагогічного коледжу буде створено освітній факультет, а внаслідок поділу фізичного факультету відкриваються факультет електроніки та прикладної фізики.
42. Українські громадяни теж повинні робити висновки, інакше так звана керівна еліта буде зневажати.
43. Ветерани УПА - люди дуже законопослушні до Української держави.
44. Не проходить і дня без ляпаса по громадській думці.
45. Згідно більшості соціологічних опитувань, оприлюднених впродовж останніх трьох тижнів, Андрій Садовий займає третю позицію у рейтингу кандидатів, дещо поступаючись В.Куйбіді та Любомиру Буняку.
46. Сьогодні супутники служать для встановлення дешевого і якісного телефонного зв'язку, телебачення і передачі даних.
47. Тож звернімо увагу на ремонт, який ми зробили нещодавно, і меблі, які нас оточують.
48. Виїзд у США на роботу, навчання, еміграцію, візит.
49. Тоді було виявлено і частково ліквідовано негаразди в комунікаційних системах, підтоплення, відремонтовано дах.
50. Скажімо, навколо огорожі кожної зони чи парканами між промисловою та житловими зонами були так звані заборонні смуги.

51. З іншого боку, коли б він сам не звернувся до західного світу і не "здав" деталі, то ми ніколи так і не довідалися б, що замовником було КДБ.
52. Іноземна мова по методу ЦРУ.
53. Потім наша сім'я проживала на Заході України, Львові, Івано-Франківську.
54. Цікаву думку висловив президент: "XXI століття буде століттям середнього і дрібного бізнесу, і що розквіт країни відбудеться завдяки дрібним підприємцям, а не гігантським концернам типу "Деу" чи "Самсунг".
55. А о четвертій годині ночі, повертаючись вулицею Шевченка з новорічних святкувань додому, дісталось на горіхи 19-річному Володимирові.
Будуть створені спеціальні мобільні групи, котрі патрулюватимуть місця потенційної

КРЕДИТ 4. ОСНОВИ КОРЕКТОРСЬКОЇ ПРАВКИ

Самостійна робота № 7

Знайти у **періодичних** виданнях помилки технічного складання, класифікувати і виправити їх (15 помилок).

Для довідок: класифікація помилок технічного складання

- 1. Граматичні помилки.*
- 2. Технічні помилки (помилки набору).*
- 3. Помилки уніфікації елементів технічного складання.*
- 4. Помилки при використанні математичних і пунктуаційних знаків.*
- 5. Помилки при поданні числової інформації.*
- 6. Помилки у скороченнях.*
- 7. Помилки при оформленні заголовків та цитат.*

Самостійна робота № 8

Знайти у **періодичних** виданнях помилки верстання, класифікувати і виправити їх (15 помилок).

Для довідок: класифікація помилок верстання в періодичному (багатоколонковому) виданні:

- а. уніфікації верстки;*
- б. уникнення завислих, коротких кінцевих рядків;*
- в. правил переносів;*
- г. правил верстання колонцифр, колонтитулів, колонлінійок, середників, лінійок та декоративних прикрас;*
- д. правил верстання заголовків;*
- е. правил верстання ілюстрацій.*

Самостійна робота № 9

Виконати загальне редагування і коректорську правку тексту

ВІДОМИЙ ПОЕТ І ПРЕСА (приклад А. О. Капелюшного)

Геніальний поет-байкар Л. І. Глібов розпочав свою художню діяльність ще за життя І. П. Котляревського,

продовжував її одночасно зі Степаном Руданським, а завершив тоді, як уже лунали молоді голоси Лесі Українки і М. Коцюбинського. Письменникові не раз довелося зазнавати утисків, переслідувань з боку російсько-самодержавної реакції. Кращі байки і ліричні поезії Леоніда Івановича, надруковані окремими збірниками і в шкільних хрестоматіях, здобули зараз широку популярність в народі. Нині ми відзначаємо 180-річчя з дня народження відомого публіциста, тому й наша газета не змогла пройти мимо цього ювілею.

Він народився 27 лютого 1820 року в селі Поділ на Полтавщині. В 1840 р. виходять з друку «Вірші Л. Глібова», в яких автор, тоді ще учень VI класу, виявив неабиякий поетичний хист. На формуванні світогляду молодого публіциста особливо позначився вплив російських письменників-різночинців, особливо Т. Г. Шевченка.

Ще 1880 р. у «Черниговских губернских ведомостях» з'явилися перші байки Л. І. Глібова.

1887 р. в Петрограді починає виходити «Основа». Напрямок її був ліберальний. Тоді вона була єдиним періодичним виданням українською мовою. В ньому були надруковані твори Шевченка та Марка Вовчка, Степана Васильченка, С. Руданського.

Внаслідок зусиль Глібова у липні 1872 року починає виходити щотижнева газета «Черниговский листок» українською і російською мовою. Л. І. Глібову, напівсліпому після важкої хвороби, доводилося перемагати значні труднощі, пов'язані з виданням газети (переважно

брак коштів і постійних співробітників), самому бути і редактором, і коректором, і найдіяльнішим співробітником «Черниговского листка».

Перові самого Л.І. Глібова в «Черниговском курьере», що виходив з тривалими перервами в 1861-1863 рр., належать майже всі передові (під назвою «Новости, вести и слухи»), чимало фейлетонів, кілька театральних рецензій і ціла низка прозових і поетичних творів, надрукованих під псевдонімами «Л.Сонин», «Й.Кернер», «Простодушний».

«Черниговские ведомости» висвітлювали також питання громадського і культурного життя України того часу, ставлячись з неприхованою симпатією до українського селянства, які після 1881 р. дістали «голодну волю».

Після закриття журналу «Основи» в Петрограді «Черниговский вестник» з жовтня 1860 р. до серпня 1863 року залишився єдиним періодичним органом українською мовою в усій імперії. Він вийшов за вузькомісцеві рамки, мав своїх читачів на Поволжі, в Польщі, на Кавказі і в Криму.

У цьому ж 1863 р. окремим наказом міністра внутрішніх справ Валуєва було заборонено «Черниговский листок», і Глібов був змушений переїхати в м. Ніжин до свого тестя.

Позбавлений роботи, Л.Глібов потрапив у матеріальну скруту. Спроби співробітничати в різних періодичних виданнях, зокрема в «Особых прибавлениях» до

«Черниговских губернских ведомостей» не давали бажаних наслідків. Навколо Глібова групуються літературні і театральні сили Чернігова.

Зокрема, старіючий поет тепло привітав перші успіхи на сцені талановитої Марії Алдановської, пізніше відомої під ім'ям Марії Заньковецької.

Марія Костянтинівна народилася 3 серпня 1860 року в селі Занька тепер Чернігівської області. Вона стала однією з основоположників українського професійного театру, народною артисткою Республіки (1922 року). 27 жовтня 1882 року дебютувала в Єлисаветграді в першому українському професійному театрі, очолюваному М. Л. Кропивницьким, була потім провідною артисткою найкращих труп. Померла в 1934 р. у Києві.

31889 року Л. Глібов зв'язується з галицькими періодичними виданнями, вміщує свої твори в журналах «Зоря» та «Дзвіночок». За останні чотири роки свого життя письменник створює удвічі більше творів українською мовою, ніж за весь попередній час.

Помер він 29 жовтня 1893 р. Поховано його в Чернігові, де він провів усе своє життя безвиїзно. На пам'ятнику на могилі його вирізьблено слова поета Самійленка, прочитані ним на похороні:

... І от замовк твій голос: погас огонь ясний,
Що в темному світив окопі,
Згадаєм ми тебе в недоленці лихій
І в кращий час нової волі!
І. ВАСИЛЕНКО.

ТЕСТОВІ ЗАПИТАННЯ ДО КУРСУ

УРОВЕНЬ 1

1. Видавництво – це...
 - підприємство, установа або організація, статутом якої передбачено підготовку і випуск у світ різних видів видавничої продукції;
 - зареєстрована у відповідності з чинним законодавством певна організація або юридична особа, що має право займатися видавничою діяльністю;
 - спеціалізоване підприємство, основним видом діяльності якого є підготовка і випуск у світ видавничої продукції;
 - підприємство (або установа, юридично зареєстрована фізична особа), яка здійснює підготовку, випуск і поширення видавничої продукції.
2. Чи потрібно реєструвати видання, які містять інформаційні матеріали та документація, що видаються підприємствами, організаціями, навчальними закладами і науковими установами з метою використання їх у своїй діяльності
 - так
 - ні
3. До суб'єктів видавничої справи відносяться
 - редактори
 - покупці
 - видавці, розповсюджувачі видавничої продукції
 - автори
4. Основною структурною ланкою у видавничій справі є
 - видавництва, поліграфічні підприємства та розповсюджувальні організації
 - поліграфічні підприємства
 - поліграфічні підприємства і видавництва

- видавництва і видавничі організації різних форм власності
5. Відповідним державним органам дозволяється контролювати в діяльності видавництв
- ідеологічний зміст видань
 - рівень редагування та дотримання стандартів
 - лише зміст інформації, що охороняється державою
 - в умовах демократичної держави нічого не контролюється
6. Що є об'єктом видавничої справи?
- читацькі смаки
 - попит, що складається на ринку друкованої продукції
 - видавнича продукція
 - конкуренція з радіо- і телекомпаніями
7. Чи входить до обов'язків коректора виправлення недоліків змістового і стилістичного характеру?
- так
 - ні
8. Скільки варіантів розміру абзацних відступів допускається в одному виданні?
- 1 (абзацні відступи повинні бути у всьому виданні однаковими)
 - скільки необхідно
 - 2 (в основному тексті та у допоміжних елементах)
9. Чи відбивають проміжок після слова чи формули перед пунктуаційним знаком?
- так
 - ні
10. Чи відбивають проміжком від попереднього слова три крапки?
- так
 - ні
11. Виберіть варіант, у якому використовують довге (кегельне) тире.
- як знак переносу;

- як знак мінуса;
- у бібліографічних описах джерел (між назвою видання й місцем видання; роком випуску й кількістю сторінок та ін.);
- у словах, що пишуться через дефіс;
- при переліках

12. Виберіть варіант, у якому використовують довге (кегельне) тире.

- у словах, що пишуться через дефіс;
- при переліках;
- між цифрами та словами — при позначенні інтервалів;
- у деяких випадках у заголовках — з метою зробити конструкцію компактнішою
- у таблицях і выводах — у разі відсутності певних даних;

13. Виберіть варіант, у якому використовують довге (кегельне) тире.

- при переліках;
- між цифрами та словами — при позначенні інтервалів;
- у деяких випадках у заголовках — з метою зробити конструкцію компактнішою

- у діалогах перед репліками;
- у записах телефонних номерів;
- у деяких скороченнях;

14. Виберіть варіант, у якому використовують довге (кегельне) тире.

- між цифрами та словами — при позначенні інтервалів;
- у деяких випадках у заголовках — з метою зробити конструкцію компактнішою

- у записах телефонних номерів;
- у складних і простих реченнях як відповідний розділовий знак;

- у деяких скороченнях;

15. Виберіть варіант, у якому використовують довге (кегельне) тире.

- як знак переносу;
- при переліках;

- між цифрами та словами — при позначенні інтервалів;
- у записах телефонних номерів;
- у деяких скороченнях;
- у покажчиках — на позначення повтору слів.

16. Які математичні, фізичні та інші знаки НЕ слід відбивати від попередньої (наступної) цифри?

- знак процента %;
- знак градуса °;
- знак номера №;
- знак параграфа §;

17. Які математичні, фізичні та інші знаки НЕ слід відбивати від попередньої (наступної) цифри?

- знак процента %;
- знак номера №;
- знак параграфа §;
- знак виноски (цифру або зірочку *)

18. Виберіть випадок, коли числівники варто подавати цифрами?

- число поєднується з одиницею величини;
- зазвичай однозначні числа (від 1 до 9);
- у творах художньої літератури

19. Виберіть випадок, коли числівники варто подавати цифрами?

- зазвичай однозначні числа (від 1 до 9);
- у творах художньої літератури, коли необхідно передати офіційно-діловий, підкреслено точний або іронічний характер повідомлення;

- у творах художньої літератури;

20. Виберіть випадок, коли числівники варто подавати цифрами?

- зазвичай однозначні числа (від 1 до 9);
- трапляється збіг двох багатозначних цифр;
- у творах художньої літератури

21. Чи потрібно ставити крапку після заголовка?

- так

- ні
22. Виберіть варіант, коли цитату розпочинають із малої літери.
- з неї розпочинають речення;
 - її вводять усередині речення після двокрапки і вона розпочинається з великої літери в цитованому джерелі;
 - вона органічно входить у структуру основного речення і перед нею не ставлять двокрапку
23. Чи потрібно брати у лапки цитату, відмежовану від тексту?
- так
 - ні
24. Як позначається купюра в цитаті, якщо пропущене ціле речення
- трьома крапками ...;
 - трьома крапками у квадратних дужках [...].
25. Виберіть варіант, у якому використовують дефіс.
- як знак переносу;
 - як знак мінуса;
 - у бібліографічних описах джерел (між назвою видання й місцем видання; роком випуску й кількістю сторінок та ін.);
 - у діалогах перед репліками;
 - у складних і простих реченнях як відповідний розділовий знак;
 - у покажчиках – на позначення повтору слів.
26. Виберіть варіант, у якому використовують дефіс.
- як знак мінуса;
 - у бібліографічних описах джерел (між назвою видання й місцем видання; роком випуску й кількістю сторінок та ін.);
 - при переліках;
 - у діалогах перед репліками;
 - у складних і простих реченнях як відповідний розділовий знак;
 - у покажчиках — на позначення повтору слів.
27. Виберіть варіант, у якому використовують дефіс.

- як знак мінуса;
- у бібліографічних описах джерел (між назвою видання й місцем видання; роком випуску й кількістю сторінок та ін.);
- між цифрами та словами — при позначенні інтервалів;
- у діалогах перед репліками;
- у складних і простих реченнях як відповідний розділовий знак;
- у покажчиках — на позначення повтору слів.

28. Виберіть варіант, у якому використовують дефіс.

- у бібліографічних описах джерел (між назвою видання й місцем видання; роком випуску й кількістю сторінок та ін.);
- у діалогах перед репліками;
- у складних і простих реченнях як відповідний розділовий знак;
- у деяких скороченнях;
- у покажчиках — на позначення повтору слів.

29. Які математичні, фізичні та інші знаки потрібно відбивати від попередньої (наступної) цифри?

- знак процента %;
- знак градуса °;
- знак градуса за шкалою Цельсія °С;
- знак секунди ".

30. Які математичні, фізичні та інші знаки потрібно відбивати від попередньої (наступної) цифри?

- знак градуса °;
- знак мінути ';
- знак секунди ";
- знак номера №.

31. Які математичні, фізичні та інші знаки потрібно відбивати від попередньої (наступної) цифри?

- знак градуса °;
- знак мінути ';
- знак параграфа §;
- знак виноски (цифру або зірочку *);

32. Виберіть випадок, коли числівники варто подавати словесно?

- число поєднується з одиницею величини;
- зазвичай однозначні числа (від 1 до 9);
- у творах художньої літератури, коли необхідно передати офіційно-діловий, підкреслено точний або іронічний характер повідомлення;
- зазвичай багатозначні числа;
- однозначне число входить до переліку, в який входить також багатозначне.

33. Виберіть випадок, коли числівники варто подавати словесно?

- число поєднується з одиницею величини;
- у творах художньої літератури, коли необхідно передати офіційно-діловий, підкреслено точний або іронічний характер повідомлення;
- трапляється збіг двох багатозначних цифр;
- однозначне число входить до переліку, в який входить також багатозначне.

34. Виберіть випадок, коли числівники варто подавати словесно?

- число поєднується з одиницею величини;
- у творах художньої літератури;
- однозначне число входить до переліку, в який входить також багатозначне.

35. Де потрібно ставити крапку, якщо заголовок складається із двох речень або ж до нього у підбір поданий підзаголовок?

- у кінці кожного речення;
- крапки не треба ставити взагалі;
- крапку треба поставити тільки після першого речення.

36. Виберіть варіант, коли цитату розпочинають із великої літери.

- її уводять всередині речення, і вона розпочинається з малої літери в цитованому джерелі;
- з неї розпочинають речення;

– вона органічно входить у структуру основного речення і перед нею не ставлять двокрапку.

37. Виберіть варіант, коли цитату розпочинають із великої літери.

– її уводять всередині речення, і вона розпочинається з малої літери в цитованому джерелі;

– її вводять усередині речення після двокрапки і вона розпочинається з великої літери в цитованому джерелі;

– вона органічно входить у структуру основного речення і перед нею не ставлять двокрапку.

38. Як позначається купюра в цитаті, якщо пропущене одне слово чи кілька слів?

– трьома крапками ...;

– трьома крапками у квадратних дужках [...].

39. Як правильно формується абзацний відступ?

– за допомогою низки проміжків;

– за допомогою клавіші Enter та меню Абзац;

– за допомогою табуляції.

40. Відмова у внесенні суб'єкта видавничої діяльності до Державного реєстру може бути зроблена у випадку, коли:

– крім видавничої в Статуті заявлено й інші види діяльності, які не мають відношення до видавничої справи;

– назва, програмні цілі, напрямки діяльності суб'єкта видавничої справи суперечать законодавству України;

– у видавництві немає жодного фахівця з видавничої справи та редагування.

УРОВЕНЬ 2

41. Яка основна функція першого читання?

– ознайомлення зі змістом і формою літературного твору

– осмислення, аналіз, оцінка і критика окремих структурних одиниць і тексту в цілому

– аналіз і оцінка готового до видання тексту

42. Яка основна функція рецензентського читання?

– ознайомлення зі змістом і формою літературного твору

- осмислення, аналіз, оцінка і критика окремих структурних одиниць і тексту в цілому
 - аналіз і оцінка готового до видання тексту
43. Яка основна функція шліфувального читання?
- ознайомлення зі змістом і формою літературного твору
 - осмислення, аналіз, оцінка і критика окремих структурних одиниць і тексту в цілому
 - аналіз і оцінка готового до видання тексту
44. Який жанр НЕ належить до інформаційних:
- замітка;
 - репортаж;
 - інтерв'ю;
 - нарис
45. Як називається одиниця вимірювання розміру шрифту та нетекстових елементів?
- кегль
 - пункт
 - квадрат
46. У скільки разів повинен перевищувати кінцевий рядок абзацу абзацний відступ?
- неважливо;
 - у три рази;
 - у півтора рази.
47. Що таке кінцева шпальта?
- відстань од верхньої межі шпальти до першого рядка тексту;
 - остання сторінка видання чи його розділу.
48. Чому при складанні важливо використовувати нерозривний проміжок між ініціалами, скороченнями одиниць величин, цифрами і символами тощо?
- відбивка між такими елементами стає значно меншою ;
 - при подальшому верстанні оригіналу ці елементи таким чином не опиняються в різних рядках;
 - для кращого зорового сприйняття тексту.
49. Хто НЕ належить до учасників коректорського процесу

- редактор;
- коректор;
- технічний редактор;
- видавець;
- художній редактор;
- автор

50. Верстка як вид коректурного відбитку – це ...

- відбиток зі складеного у програмі Word тексту авторського оригіналу, в якому враховані редакторські виправлення;

- контрольний коректурний відбиток зі зверстаних шпальт;

- коректурний відбиток зі сформованих шпальт видавничого оригіналу

51. У зверстаних шпальтах необхідно зробити такі коректурні операції:

- внести авторські та редакторські виправлення; виконати дрібні граматико-стилістичні та кон'юнктурні виправлення; виправити раніше не виявлені орфографічні та пунктуаційні помилки;

- перевірити дотримання технічних правил верстання та вимог видавничої специфікації; оцінити якість верстки на відповідність нормам художньої редакції;

- пересвідчитися, що виправлення, зроблені у попередній коректурі, внесені в електронну версію оригіналу; перевірити правильність спуску шпальт, пагінацію сторінок, перехід частин слів і речень зі сторінки на сторінку, відповідність текстів до ілюстрацій; виявити фактичні та смислові помилки у заголовках, вихідних даних, на титульних сторінках тощо;

- виконати необхідні виправлення граматичного і стилістичного характеру; внести кон'юнктурні виправлення; провести уніфікацію елементів складання (передовсім написань термінів, імен, умовних скорочень, одиниць величин тощо); перевірити дотримання технічних правил складання; виправити правописні помилки

52. У ході читання коректури обов'язками редактора є ...
- звірити коректуру з текстом оригіналу, тобто перевірити точність представлення авторського твору; перевірити комплектність оригіналу – наявність усіх частин матеріальної побудови оригіналу (титулу, сторінки змісту, основного тексту й ілюстративного матеріалу, приміток, додатків тощо), а також правильність їх нумерації; виправити всі орфографічні та пунктуаційні помилки відповідно до норм чинного правопису; уніфікувати складання елементів видання; відмітити усі порушення технічних правил складання та верстання; помітити (але не виправити на свій розсуд!) смислові, фактичні та інші помилки;
 - переглянути структуру видання; уточнити заголовки розділів, параграфів, пунктів і підпунктів; простежити логічні, фактологічні та інші помилки; надати твору стильової виразності, кожній фразі — смислової чіткості;
 - визначити формат видання; гарнітуру, накреслення, розмір шрифтів; у зверстаних шпальтах перевірити дотримання шаблону видання – розробленої дизайнером графічної моделі; відтворення фото і графічних оригіналів; перевірити дотримання вказівок «Технічної видавничої специфікації», виявити порушення технічних правил складання та верстання; простежити, чи не викликають інші виправлення переверстання; дає вказівки, як цього уникнути

53. Що не належить до обов'язків коректора:

- звірити текст набору з текстом оригіналу
- виправити смислові, логічні, фактологічні помилки
- виправити орфографічні і пунктуаційні помилки
- відмітити порушення набору і верстки

54. Обов'язкові примірники видань – це

- примірники, які зобов'язане надати поліграфічне підприємство видавцю для звірки з оригінал-макетом і підписання до друку;
- примірники різних видів тиражованих видань, які надсилаються установам і організаціям відповідно до законодавства України;

– примірники, призначені автору, згідно з підписаним договором.

55. Чим відрізняється видавничий оригінал від авторського (оберіть одну позицію):

- обсягом
- наявністю коректурних знаків на полях
- доданими оригіналами художнього оформлення
- мірою редакторського втручання в текст
- розміром шрифту та інтерліньяжем
- наявністю вступної та заключної частин
- готовністю виведення оригінал-макету на плівки

56. Який із запропонованих шляхів потрапляння творів авторів до видавництва є найнадійніший з точки зору зарубіжної видавничої практики?

- «самопливом»
- за посередництвом літературних агентів
- через виставкові та ярмаркові заходи
- через індивідуальні замовлення авторам
- через «Біржу авторських прав»

57. У ході читання коректури обов'язками технічного редактора є ...

– звірити коректуру з текстом оригіналу, тобто перевірити точність представлення авторського твору; перевірити комплектність оригіналу – наявність усіх частин матеріальної побудови оригіналу (титулу, сторінки змісту, основного тексту й ілюстративного матеріалу, приміток, додатків тощо), а також правильність їх нумерації; виправити всі орфографічні та пунктуаційні помилки відповідно до норм чинного правопису; уніфікувати складання елементів видання; відмітити усі порушення технічних правил складання та верстання; помітити (але не виправити на свій розсуд!) смислові, фактичні та інші помилки;

– переглянути структуру видання; уточнити заголовки розділів, параграфів, пунктів і підпунктів; простежити логічні, фактологічні та інші помилки; надати твору стильової виразності, кожній фразі — смислової чіткості;

– визначити формат видання; гарнітуру, накреслення, розмір шрифтів; у зверстаних шпальтах перевірити дотримання шаблону видання – розробленої дизайнером графічної моделі; відтворення фото і графічних оригіналів; перевірити дотримання вказівок «Технічної видавничої специфікації», виявити порушення технічних правил складання та верстання; простежити, чи не викликають інші виправлення переверстання; дає вказівки, як цього уникнути.

58. Яке головне завдання текстів інформаційних жанрів?

- пояснити, чому сталася та чи інша подія
- повідомити про реальні події
- дати авторську оцінку окремим фактам реальної дійсності

59. Яке головне завдання текстів аналітичних жанрів?

- пояснити, чому сталася та чи інша подія
- повідомити про реальні події
- дати авторську оцінку окремим фактам реальної дійсності

60. Яке головне завдання текстів художньо-публіцистичних жанрів?

- пояснити, чому сталася та чи інша подія
- повідомити про реальні події
- дати авторську оцінку окремим фактам реальної дійсності

61. Що таке жанр журналістики?

- стиль матеріалу
- спосіб і форма написання журналістського матеріалу
- загальна назва змісту всіх матеріалів

62. За яким принципом обирають жанр в журналістиці?

- жанри інформаційної журналістики тяжіють до точної фіксації реальності
- в жанрі аналітичної журналістики аналізуються реальні факти, події, добір яких залежить від задуму автора

– жанри художньо-публіцистичної журналістики залежать від образної системи, запропонованої автором, за належної документальності матеріалу

– усі відповіді правильні

63. На яке питання не відповідає замітка?

– Що?

– Чому?

– Де?

– Як?

64. Офіційне підтвердження як спосіб редакторської перевірки фактичного матеріалу – це...

– звернення до загальних і галузевих енциклопедій, виданих в спеціалізованих академічних видавництвах; видань Держкомстату України; офіційних сайтів Президента України, Кабінету Міністрів України тощо

– вдумливий цілеспрямований аналіз контексту, обчислення (за потреби)

– звернення за консультацією до компетентних осіб, до спеціальних установ, підприємств, організацій

65. Яке завдання стоїть перед автором репортажу?

– домогтися ефекту присутності читача на місці подій

– намалювати докладний портрет героя матеріалу

– укластися в заданий обсяг

66. Визначте із запропонованого переліку складові частини видавничої справи:

– редакторсько-творча діяльність;

– організаційно-виробнича діяльність;

– виготовлення видавничої продукції;

– маркетингова діяльність;

– видавнича діяльність.

– розповсюдження видавничої продукції

67. В Україні видавничою справою дозволяється займатися без внесення видавця до Державного реєстру (дві позиції):

– іноземним громадянам для випуску благодійних видань;

- органам різних гілок влади для випуску офіційних видань;
- видавцям, якщо вони видають не менше 75 відсотків літератури державною мовою;
- видавцям, якщо вони зареєстровані в Національному агентстві ISBN;
- організаціям, навчальним закладам, творчим спілкам, науковим установам для безплатного розповсюдження інформаційних, бібліографічних, службових, методичних матеріалів.

68. Що необхідно робити журналісту при проведенні інтерв'ю?

- дотримуватися основної теми
- записувати відповіді співрозмовника
- задавати відразу кілька запитань
- паузою змушувати співрозмовника говорити

69. Яка мета інтерв'ю?

- отримати інформацію про проблему, подію, постать
- провести часткове обговорення-аналіз
- висвітлити події від першоджерела
- допомогти людям, які володіють інформацією, поділитися нею з аудиторією

70. Виділіть рамкові композиційні елементи тексту

- заголовки
- «лід» (для публіцистичних текстів)
- висновки (для наукових текстів)
- анотація
- ключові слова
- список використаної літератури

71. Виділіть два випадки кримінальної відповідальності видавця:

- реалізація друкованої продукції без сплати податків державі;
- випуск продукції на краденому папері й реалізація її за демпінговими цінами;

- порушення авторського права і суміжних прав
- незаконна реалізація продукції за кордоном
- виготовлення або розповсюдження товарів, що пропагують культ насилля і жорстокості

72. У яких виданнях переважає фактична інформація?

- наукових
- літературно-художніх
- газетно-журнальних
- рекламних

73. Від чого залежить послідовність етапів редагування (виділіть три):

- мови твору
- обсягу твору
- виду й складності оригіналу
- паперового чи файлового варіантів оригіналу
- досвідченості редактора
- першості видання
- організації редакційного процесу в конкретному видавництві

74. З'єднайте назву посади і завдання:

Рецензент

Оцінює якість твору, відповідність виду видання

Редактор

Оцінює кожний елемент тексту, шукає шляхи, як поліпшити твір

Коректор

Виконує технічну правку тексту

Літературний критик

Оцінює соціальне значення літературного твору, його місце в історико-літературному процесі

75. Визначте послідовність етапів підготовки до інтерв'ю:

1

попередній збір інформації

2

розробка детального плану бесіди

3

домовленість з об'єктом інтерв'ю про зустріч

76. Жанр художньо-публіцистичної чи науково-популярної творчості, де вільно, необов'язково вичерпно, але виразно трактується певна подія, явище, проблема чи тема – це ...

77. У редакційній практиці поняття фактичний матеріал включає в себе: власне факти, тобто щось твердо встановлене, таке, що відбулося насправді, власні імена, географічні назви, дати, кількісні показники,

78. Інформація, повідомлення, розповідь в періодичних виданнях, у радіо- і телепередачах про важливі події суспільного життя, а також мистецької та літературної дійсності, матеріал з місця – це ...

79. Художньо-публіцистичний жанр, що передбачає оперативний відгук на суспільно важливу подію, розкриття образу цікавої особи, створення портрету колективу, розповідь про побут, звичаї й людей певного регіону своєї й чужої країни тотожності – це ...

80. Жанр журналістики, в якому автор ставить завдання проаналізувати суспільні ситуації, процеси, явища, з точки зору закономірностей, що лежать в їх основі, – це ...

УРОВЕНЬ 3

81. Технічне складання як вид коректурного відбитку – це ...

– відбиток зі складеного у програмі Word тексту авторського оригіналу, в якому враховані редакторські виправлення

– контрольний коректурний відбиток зі зверстаних шпальт

– коректурний відбиток зі сформованих шпальт видавничого оригіналу

82. Який звичайний розмір спуску?

- 1/4 висоти шпальти;
- 1/8 висоти шпальти;
- 1/3 висоти шпальти.

83. Скільки допустимо використати знаків переносу поспіль при форматі верстки до 5 кв.?

- не більше 7;
- не більше 5;
- не більше 4.

84. Скільки допустимо використати знаків переносу поспіль при форматі верстки від 5 кв.?

- не більше 4;
- не більше 7;
- не більше 5.

85. У яких виданнях переважає підтекстова інформація?

- наукових
- літературно-художніх
- навчальних
- газетно-журнальних

86. У теорії членування тексту на частини яке твердження є істинним?

- Поділ тексту на більш дрібні частини потрібен для менш досвідченого читача
- Поділ тексту на більш дрібні частини потрібен для більш досвідченого читача

87. До критеріїв редакторської оцінки рубрикації НЕ відносять

- оцінку поділу тексту на частини
- оцінку якості ієрархічності структури
- точність заголовків рубрик
- оцінку новизни тематики твору

88. Яку функцію НЕ виконують рамкові елементи композиції:

- позначення рамок тексту, тобто виділення його в потоці комунікації
- привернення й утримання уваги адресата

- інформування про тему і зміст тексту
 - конкретизація загальних положень
89. Що найперше варто визначити редактору під час оцінки інформативності тексту?
- зіставити текстову інформацію зі знаннями аудиторії та її інформаційними інтересами
 - визначити місце даної роботи серед праць на аналогічну тематику
 - визначити, чи розкрито тему
90. На якому чи на яких рівнях діє в тексті фундаментальний логічний закон тотожності?
- і на рівні понять, і на рівні суджень
 - на рівні суджень
 - на рівні понять
91. Що в тексті відображає фактична інформація?
- явища дійсності і їх взаємозв'язок, це осмислена автором картина світу, реального чи уявного,
 - авторську оцінку, інтерпретацію теми, явища
 - породжує асоціативні значення у читача, може викликати іронію, породити натяки
92. Що в тексті відображає концептуальна інформація?
- явища дійсності і їх взаємозв'язок, це осмислена автором картина світу, реального чи уявного,
 - авторську оцінку, інтерпретацію теми, явища
 - породжує асоціативні значення у читача, може викликати іронію, породити натяки
93. Що в тексті відображає підтекстова інформація?
- явища дійсності і їх взаємозв'язку, це осмислена автором картина світу, реального чи уявного,
 - авторську оцінку, інтерпретацію теми, явища
 - породжує асоціативні значення у читача, може викликати іронію, породити натяк
94. Сформууйте перелік завдань редактора перед читачем:
- вивчає, наскільки випущене видання відповідає за тематикою, змістом і формою бажанням користувачів

– замислюється над тим, наскільки зручно виданням користуватися

- підтримує на всіх етапах творчого процесу
- виправляє граматичні, стилістичні огріхи

95. Після першого прочитання тексту редактор повинен зробити висновки стосовно таких питань:

- визначити жанр, тему, ідею, проблематику твору
- оцінити загальний обсяг, обсяг окремих елементів (текстових і позатекстових) тексту
- визначити основну думку кожної структурної одиниці
- спрогнозувати розуміння кожного текстового фрагменту потенційним читачем

96. Після рецензентського прочитання тексту редактор повинен зробити висновки стосовно таких питань:

- визначити жанр, тему, ідею, проблематику твору
- перевірити окремі одиниці (імена, дати, географічні назви, дати тощо)
- висловити зауваження до кожної структурної одиниці
- спрогнозувати розуміння кожного текстового фрагменту потенційним читачем

97. Під час шліфувального читання потрібно виконати такі дії:

- визначити жанр, тему, ідею, проблематику твору
- спрогнозувати розуміння кожного текстового фрагменту потенційним читачем
- зосередити увагу на найменших мовних одиницях
- перевірити окремі одиниці (імена, дати, географічні назви, дати тощо)

98. Оцінюючи якість фактичного матеріалу, редактор звертає увагу на такі критерії:

- новизна, відповідність сучасному рівню науки (галузі знання);
- ступінь точності і достовірності
- відповідність виду і типу видання
- гармонійна цілісність і системність

99. Фактичний матеріал у тексті може виконувати такі функції:

- основа для висновків
- конкретизація загальних положень
- ілюстрація загальних положень
- підкреслення оригінальності тексту
- оцінка подій
- створення цілісності і зв'язності

100. Працюючи з цитатами, редактор аналізує і визначає:

- доречність і обґрунтованість включення;
- точність, відповідність того, як автор тлумачить істинний зміст

- відповідність виду і типу видання
- цілісність і зв'язність тексту в цілому

101. Визначте послідовність етапів аналізу тексту як предмета роботи редактора:

1

Текст розділяють (мисленнєво або практично) на складові частини

2

Визначають ознаки кожної окремої частини тексту

3

Формують цілісний висновок про якість тексту в цілому.

102. Визначте послідовність етапів редакторського читання рукопису:

1

Ознайомлювальне читання

2

Рецензентське (оцінне) читання

3

Шліфувальне читання

103. Визначте послідовність етапів редакторського аналізу тексту:

1

Аналіз тематичної організації тексту

2

Аналіз композиції

3

Логічний аналіз

4

Мовно-стилістичний аналіз

104. З'єднайте критерії оцінки окремого аспекту

критерії оцінки теми

актуальність, оригінальність, відповідність виду і типу видання, необхідність і доцільність публікації

критерії оцінки фактичного матеріалу

достовірність, точність, новизна, доречність, яскравість, виразність, наочність, доступність

критерії оцінки композиції

гармонійна цілісність і системність

критерії оцінки мови і стилю

точність слововживання, яскравість, виразність

105. Побудуйте послідовність видів редакторської правки залежно від обсягу редакторського втручання (від найменшого до найсуттєвішого)

1

правка-вичитування

2

правка-обробка

3

правка-переробка

106. З'єднайте назву закону логіки з відповідним визначенням:

закон тотожності

кожна думка тексту при повторенні повинна мати певний, стійкий зміст

закон суперечності

не можуть бути одночасно істинними два протилежні судження про один і той же предмет, узяті в одному і тому ж відношенні в один і той же час

закон виключеного третього

з двох протилежних суджень про один і той самий предмет, що взяті одночасно в одному і тому ж відношенні, одне обов'язково істинне, іншого не дано

закон достатньої підстави

будь-яка істинна думка повинна бути обґрунтована іншими думками, істинність яких доведена.

107. Визначення «з двох протилежних суджень про один і той самий предмет, що взяті одночасно в одному і тому ж відношенні, одне обов'язково істинне, іншого не дано» відповідає логічному закону ...

108. Визначення «будь-яка істинна думка повинна бути обґрунтована іншими думками, істинність яких доведена» відповідає логічному закону ...

109. Підміна понять при міркуванні (інколи з метою маніпуляції) є наслідком порушення в тексті логічного закону ...

110. Помилка в інтерв'ю, коли відповідь не відповідає змісту питання, є наслідком порушення в тексті логічного закону ...

111. Композиційна помилка, пов'язана з наявністю великої кількості тем у тексті, є наслідком порушення логічного закону ...

112. Назвіть і охарактеризуйте чотири найголовніші етапи редакційно-видавничого процесу.

113. Розкрийте завдання і функції редактора на всіх етапах редакційно-видавничого процесу.

114. Доведіть важливість редакторської праці для потенційного читача.

115. Яке значення має рубрикація у виданні для читача, для аналізу композиції?

116. Які логічні правила поділу використовують для виділення елементів композиції в основній частині?

117. Назвіть і охарактеризуйте види інформації, наявної в тексті (фактична, концептуальна, підтекстова).

118. Розкрийте значення поняття факт, фактичний матеріал, його функції у текстах різного функціонального призначення.

119. Розкрийте зміст поняття текст (як об'єкт роботи редактор).

120. Охарактеризуйте основні текстові категорії, суттєві для редакторського аналізу (інформативність, змістова цілісність, синтаксична зв'язність, літературна обробка).

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ДО КУРСУ

1. Визначте складові частини видавничої справи.
2. Що таке Державний реєстр видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції?
3. Що таке обов'язковий примірник видань? За якими адресами його розсилають? Які плюси і мінуси розсилки?
4. Розкрийте завдання і функції редактора на всіх етапах редакційно-видавничого процесу.
5. Доведіть важливість редакторської праці для потенційного читача.
6. Розкрийте значення поняття редагування.
7. Доведіть, що саме критичний аналіз твору є основою редагування.
8. Опишіть, чим професійне читання відрізняється від звичайного.
9. Назвіть і охарактеризуйте види редакторського читання.
10. Назвіть і охарактеризуйте види редакторської правки (оглядово).
11. Розкрийте зміст поняття текст (як об'єкт роботи редактора).
12. Охарактеризуйте основні текстові категорії, суттєві для редакторського аналізу (інформативність, змістова цілісність, синтаксична зв'язність, літературна обробка).
13. Охарактеризуйте критерії оцінки теми (значення критерію, методика його оцінки):
 - відповідність виду і типу видання, читацькій адресі;
 - актуальність;
 - конкретність;
 - повнота розробки.
14. Розкрийте значення поняття інформативність тексту.
15. Назвіть і охарактеризуйте види інформації, наявної в тексті (фактична, концептуальна, підтекстова).
16. Розкрийте значення поняття факт, фактичний матеріал, його функції у текстах різного функціонального призначення.
17. Охарактеризуйте критерії редакторської оцінки фактичного матеріалу (значення критерію для видань різного

- функціонально-цільового призначення, методика оцінки критерію): відповідність темі, конкретність; новизна; доцільність; виразність; наочність; доступність; об'єктивність, точність, достовірність.
18. Опишіть методику роботи редактора з різними видами фактів: цифровими даними; статистичною інформацією; цитатами.
 19. Опишіть прийоми виявлення фактичних недоліків.
 20. Розкрийте зміст поняття композиція.
 21. Охарактеризуйте принципи композиційної структури художнього і нехудожнього тексту.
 22. Які логічні правила поділу використовують для виділення елементів композиції в основній частині?
 23. Розкрийте значення рамкових елементів композиції, охарактеризуйте методику редакторської роботи з ними.
 24. Охарактеризуйте тип побудови тексту як предмет редакторської оцінки (його ознаки, види, композиційна структура, типові недоліки):
 - текст-опис;
 - текст-розповідь;
 - текст-роздум;
 - текст-визначення.
 25. Назвіть і охарактеризуйте критерії редакторської оцінки композиції.
 26. Розкрийте сутність поняття рубрикація .
 27. Яке значення має рубрикація у виданні для читача, для аналізу композиції?
 28. Охарактеризуйте складові частини редакторської оцінки рубрикації:
 - оцінка поділу тексту на частини (відповідність логічним правилам поділу; розмір частин відповідно до читацького сприймання);
 - ієрархічність структури (відповідність кількості ступенів рубрикації читацькій адресі; логічна підпорядкованість рубрик нижчого рівня вищим);

- точність заголовків рубрик (вимоги закону тотожності).
29. Охарактеризуйте одиниці логічного аналізу тексту (визначення, проблеми виявлення, значення для розуміння змісту тексту, методика аналізу, типові недоліки): поняття; судження; логічні зв'язки.
30. Охарактеризуйте закони логіки, що використовують в теорії редагування (формулювання, в яких текстах (елементах) «працює» закон, наслідки порушення):
- закон тотожності;
 - закон суперечності;
 - закон виключеного третього;
 - закон достатньої підстави.
31. Назвіть і опишіть критерії оцінки мови і стилю тексту.
32. Розкрийте основні правила технічного складання.
33. Назвіть основні правила верстки.

КОРОТКИЙ ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

Абзац – структурно-композиційна частина тексту, яка складається із однієї або декількох фраз і яку автор вичленовує для того, щоб відділити одну мікротему тексту від іншої, репліку одного персонажа від репліки іншої, один пункт переліку від іншого.

Адекватність сприйняття текстів – повнота та направленість розуміння (правильність ходу засвоєння матеріалу).

Засоби організації емоційного підтексту – лексичні: за допомогою слова; морфологічні: за допомогою суфіксів та граматичних форм; синтаксичні: за допомогою інтонації; композиційні: за допомогою синтаксично-композиційних засобів.

Канцеляризми – слова й вислови з офіційно-ділового мовлення, вжиті за його межами.

Канцеляризми (види) – а) розщеплений присудок (*виконати роботу*); б) скорочене означення (*міндобрива, держзамовлення*); в) нагромадження віддієслівних іменників (*виконання завдання з метою підвищення рівня задоволення потреб населення в наданні послуг з пошиття зручного взуття*); г) «нові прийменники» – прийменники, які походять від повнозначних слів, що втрачають своє лексичне значення (*у питанні використання сировини, в силу складних обставин*); д) слова й звороти канцелярського стилю (*мати місце, резолюція, акт набирає чинності*).

Композиційні зв'язки – змістові, структурно-логічні відношення, виражені імпліцитно або експліцитно, між композиційними одиницями. Їх класифікують за формою (послідовність, підпорядкованість, незалежність, перехрещення тощо) і семантичним наповненням (зв'язки часові, причиново-наслідкові, класифікаційні; події, пов'язані участю в них однієї дійової особи; характеристики, пов'язані з одним і тим самим об'єктом тощо).

Композиційні одиниці – фрагменти тексту: речення, надфразні єдності, підпідрозділи (параграфи), підрозділи, розділи (блоки), частини, томи – виділені на основі логічних правил поділу.

Композиція – у літературознавстві: побудова твору, доцільне поєднання всіх його компонентів у художньо-естетичну цілісність, зумовлену логікою зображеного, представленого читачеві світу, світоглядною позицією, естетичним ідеалом, задумом письменника, каноном, нормами обраного жанру, орієнтацією на адресата; у лінгвістиці: поєднання мовних одиниць у текст, що забезпечує єдність тексту (твору) як неподільного цілого на усіх рівнях його організації; у теорії і практиці редагування: це упорядковано розташовані композиційні одиниці, об'єднані композиційними зв'язками в одне ціле. Розрізняють композицію художнього твору, в основі якого – сюжет, поетичний образ, і композицію нехудожнього твору, наприклад, публіцистичного, в основі такого твору – план, тобто логічна побудова.

Композиція журналістського матеріалу (типові недоліки) – поява неконтрольованих тематичних відхилень; порушення логічної послідовності викладу; неспівмірність частин; проблеми із композиційними зв'язками; невдалі композиційні рамки (невдалий заголовок, лід, кінцівка).

Композиція описова – опис об'єкта згідно із встановленим порядком. Порядком може виступати: а) рух очей (зліва – направо, згори – вниз, від початку – до кінця, за ходом годинникової стрілки); б) маршрут руху (у туристичних путівниках); в) зростання чи зменшення ознаки (від простого до складного й навпаки, від найважливішого до найменш важливого, від загального до конкретного і навпаки); г) класифікаційні основи, прийняті в різних науках (наприклад, для опису рослини, тварини тощо).

Композиція твору (вимоги) – повинна узгоджуватися із змістом твору, його частин; відповідати логіці побудови тексту (обраного типу мовлення); виділення композиційних одиниць має бути логічно досконалим – відповідати правилам поділу на частини.

Композиція тексту-роздуму – побудована на дослідженні, узагальненні явищ об'єктивної дійсності, з'ясуванні їх причин, аргументації висновків, доведенні істинності певних положень. Основа композиції – логіка доведення тези. У доведенні розрізняють такі його складові: *тезу*, яку треба довести чи заперечити; *аргументи* доведення (факти, закони, положення тощо); *висновки*, що підтверджені попередніми аргументами.

Композиція тексту-розповіді – хронологічний опис подій із прямою або зворотною часовою послідовністю. Композиційні одиниці співвідносять із відрізками часу.

Літературне редагування – це редагування з погляду мовного ідеалу та дотримання норм побудови твору, закріплених у практиці публіцистичного, ділового та інших стилів мовлення.

Мовностилістичне опрацювання тексту – це копітка перевірка точності, доречності кожного слова, оцінка його використання з позиції читача, робота на рівні речення.

Посилена напруга викладу тексту – пришвидшений текстовий ритм, що пов'язано із максимальною лаконічністю подання інформації. Іноді потребує введення змістових пауз, акцентів.

Послаблена напруга викладу тексту – уповільнений текстовий ритм, що іноді пов'язаний із так званими надмірностями тексту і потребує редакторського втручання.

Правка тексту – процес зміни тексту твору на всіх етапах підготовки його до друку: під час переробки і шліфування

рукопису автором, удосконалення авторського оригіналу редактором, коректури.

Правка тексту (основні завдання) – усунення огріхів, які виявлено під час редакторського аналізу тексту й не виправлено під час авторського його доопрацювання, ідейне збагачення твору, досягнення виразності та ясності кожного формулювання, перевірка фактичного матеріалу, усунення хиб структури, мови й стилю, проведення редакційно-технічного опрацювання рукопису.

Правка-вичитування – різновид редакторської правки, що передбачає читання тексту «наскрізь», під час якого звертають увагу на зміст, композицію, стилістичні хиби, перевіряють правильність написання географічних назв, імен та прізвищ, точність цитат, цифр, дат, відповідність заголовків текстові, текстівок фотографіям та малюнкам, зіставляють одиниці вимірювання. Правці-вичитуванню підлягають досконалі авторські тексти, які не потребують серйозного редакторського втручання офіційні документи, всі види передруків, матеріали інформаційних агентств.

Правка-доопрацювання – вид редакторської правки, метою якої є вдосконалення тексту, зокрема його форми, уточнення ідей автора, його задуму. За своїм характером зміни, які вносять при цьому в текст, різноманітні: скорочення, дописування окремих фрагментів, заміна слів і зворотів, зміна синтаксичних структур, удосконалення композиції, виправлення логічних й фактичних помилок, заміна непереконливих аргументів іншими з урахуванням особливостей манери викладу автора.

Правка-переробка – специфічний вид редакторської правки, який використовують щодо текстів авторів, які погано володіють навиками літературної праці. Мета цього виду правки – створення нового варіанта тексту на основі матеріалу, поданого автором. Правка-переробка близька до такої особливої форми творчої праці, як літературний запис.

Правка-скорочення – вид опрацювання рукопису, що має на меті досягнення максимального лаконізму без втрат для змісту. Характер змін, що вносять звичайно в текст за його скорочення, дозволяє розподілити їх на дві групи: скорочення тексту частинами й скорочення, які умовно називають внутрішньотекстовими. У першому випадку вилучають частини тексту, що є певними змістовими ланками, здебільшого оформлені композиційно й синтаксично. Внутрішньотекстові скорочення пов'язані з більш глибоким утручанням у текст.

Редагування – це форма діяльності та літературно-творчої практики, яка являє собою процес встановлення ступеня відповідності твору, призначеного для видання, мовному ідеалові та нормам побудови текстів, закріпленим у практиці публіцистичного, ділового, наукового та іншого мовлення, а також процес допомоги автору в удосконаленні твору (виправлення помилок, уточнення формулювань, аналіз інформативної наповненості та комунікативної доступності матеріалу) з метою довести або максимально наблизити його цінність до суспільно необхідної.

Ритм тексту – це регулярний повтор подібних мовних одиниць, що структурує та утворює цілісність тексту, виконує експресивно-емоційну функцію. Розрізняють вузьке розуміння ритму на рівні звукової організації тексту і широке – у формуванні ритму беруть участь мовні засоби різних рівнів (фонетичного, лексико-семантичного, синтаксичного). Останній підхід вважаємо актуальним для роботи редактора. Виявляє себе як у плані вираження (на різних рівнях мовної системи), так і в плані змісту – у пропорційності подання нової (актуальної) інформації.

Рубрикація – система взаємопов'язаних і підпорядкованих заголовків видання (твору), які виражають взаємозалежність рубрик (розділів, підрозділів, пунктів та інших елементів структури тексту).

Текст – писемний або усний мовленнєвий масив, що є лінійною послідовністю висловлень, об'єднаних у ближчій перспективі смисловими і формально-граматичними зв'язками, а в загальнопозиційному, дистантному плані – спільною тематичною і сюжетною заданістю.

Тексти довільного прочитання – художня література, наукова література з теми власного дослідження, науково-популярна література. Ці тексти значно вимогливіші щодо викладу: адже для того, щоб текст був прочитаний, він повинен привернути увагу, викликати інтерес і підтримувати цей інтерес протягом усього процесу читання.

Тексти обов'язкового прочитання – інструкції, правила експлуатації, підручники, що вимагають від читача великої зосередженості і волі.

Текстові категорії – зв'язність (поєднання кожного наступного речення із попереднім; план вираження), цілісність (існування авторського задуму, структурно-сміслова організація; план змісту).

Тема – коло життєвих явищ, подій, що становлять зміст літературного твору літератури, є предметом авторського осмислення та оцінки.

Тема (фактори оцінки ступеня розкриття) – авторський задум; вид літератури, жанр твору; наявність вихідного (фактичного) матеріалу, його актуальність і новизна; рівень його вивчення, необхідність розгорнутої аргументації і використання прикладів (залежить від функціонального призначення), логіка розкриття теми.

Тематична організація тексту – змістова цілісність тексту, що виявляється у тематичній єдності мікротем (тем на рівні речення, надфразових єдностей) і макротем (загальної теми твору).

Тональність авторська, або наскрізна – це загальний настрій тексту, зумовлений загальним завданням автора у тому чи іншому творі, і ставленням письменника до зображуваних ним фактів, подій та людей.

Тональність викладу – це конкретна реалізація експресивного стилю у мовленні, це емоційний настрій тексту, ідейно-оціночний та емоційний підтекст кожного твору.

Тональність композиційна – це емоційний настрій окремого уривку, зумовлений окремим завданням уривка та тими ситуаційними моментами, які диктують той чи інший прийом викладу та побудову уривка, сцени, епізоду.

Фактичний матеріал – явища об'єктивної дійсності (цифри, імена, дати, відомості про події, географічні назви, цитати із першоджерел тощо), що можуть бути використані в тексті як інформація, аргументи в процесі логічного доказу, основа для подальших висновків, ілюстрування того чи іншого положення. Перевірка фактичного матеріалу особливо актуальна для журналістських публікацій, наукових і науково-популярних текстів. Для художніх текстів проблема фактичної достовірності не настільки актуальна, оскільки в цих текстах поряд із фактами об'єктивної дійсності можуть використовуватися і суб'єктивні відомості.

Фактичний матеріал (критерії оцінки) – відповідність темі, достовірність, точність, новизна, науковість (для відповідних текстів), доречність, виразність, наочність, доступність.

Читання звичайне – процес сприйняття пересічним читачем надрукованої у виданні інформації. Розрізняють способи читання (наскрізне, вибіркоче, довідкове, побіжне, детальне) залежно від цілей читача (навчання, наукова робота, розвага та ін.).

Читання ознайомлювальне (перше) – перший етап фахового (редакторського) читання, що дозволяє зрозуміти текст у цілому, визначити місце і роль структурних одиниць тексту, оцінити їхній

взаємозв'язок. ознайомлення зі змістом і формою літературного твору. Темп читання – швидкий (400-600 слів на хвилину). Читають, як правило, не літерами, а рядками чи абзацами. Під час першого читання важливо окреслити читацьке призначення твору, зорієнтуватися, хто буде потенційним читачем.

Читання рецензентське (оцінне) – другий етап фахового (редакторського) читання, що передбачає осмислення, аналіз, оцінку і критику окремих структурних одиниць і тексту в цілому. Редактор працює окремо з кожною структурною одиницею, «згортає» її – визначає основну думку, формулює вимоги (фактичні, функціональні, логічні, мовностилістичні, графічні) залежно від читацької адреси до кожної структурної одиниці, прогнозує розуміння текстового фрагменту потенційним читачем, оцінює структурну одиницю, визначає можливу причину негараздів у ній. Увага редактора повинна бути спрямована на сприйняття кожного слова, кожного знака тексту. Корисно, читаючи текст по частинам, одразу формулювати зауваження до кожної з них.

Читання фахове, редакторське – найбільш пильне, аналітичне читання, в ході якого здійснюється поперечний, поздовжній, перехресний аналіз форми та змісту твору.

Читання шліфувальне – третій етап фахового (редакторського) читання, що передбачає аналіз і оцінку готового до видання тексту, усунення дрібних неточностей у ньому. Основну увагу потрібно зосередити на найменших мовних одиницях. Це читання контрольне, яке реалізується або як читання-перегляд усього тексту, або як вибіркове читання, під час якого перевіряють окремі одиниці (імена, дати, географічні назви, дати тощо).

Штамп мовний – мовний зворот, що багато разів механічно повторюються без творчого доопрацювання, внаслідок чого послаблюється їх лексичне значення та стирається експресивність.

Штамп мовний (види) – а) універсальні слова – загальні слова, які є заміниками конкретних (*дещо зроблено*); б) слова-супутники, «парні» слова (*активна, дійова допомога, гідний внесок, висока оцінка, гостра критика, вперта боротьба*); в) слова й вислови зі стертою образністю (*біле золото*).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО КУРСУ

Основна

1. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. К.: Наша культура і наука, 2005. 560 с.
2. Іванченко Р. Г. Літературне редагування / Р. Г. Іванченко. Репр. вид. К. : [б.в.], 2003. 248 с.
3. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації : навчальний посібник / А. О. Капелюшний. Львів : ПАІС, 2005. 304 с.
4. Литературное редактирование / И. К. Гужова, Р. А. Молибоженко, К. М. Накорякова, Т. И. Сурикова. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. 160 с.
5. Мильчин А. Е. Методика редактирования текста : учебник для студ. вузов, обучающихся по направлению 030900 «Издательское дело» и спец. 030901 «Издательское дело и редактирование» / А. Э. Мильчин. 3 изд., перераб. и доп. М. : Логос, 2005. 524 с. (Новая университетская библиотека).
6. Різун В. В. Літературне редагування : підручник / В. В. Різун ; Міжнародний фонд «Відродження». К. : Либідь, 1996.. 240 с. (Трансформація гуманітарної освіти в Україні).

Додаткова

1. Баркер Р., Эскарпи Р. Жажда чтения / Р. Баркер, Р. Эскарпи. М. :Книга, 1979. 206 с.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. М. : Искусство, 1979. 424 с.
3. Беззубов А. Н. Введение в литературное редактирование : учебное пособие / А. Н. Беззубов. Санкт-Петербург, 1997
4. Бондаренко Т. О. Літературне редагування : методичні матеріали для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Т. О. Бондаренко. Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2003. 32 с.
5. Булаховський Л. А. Вибрані праці : В 5 т. / Л. А. Булаховський. Т.1. К. : Наук.думка, 1979. 423 с.

6. Былинский К. И. Основы литературного редактирования и правки газетного материала / К. И. Былинский. М., 1948. 64 с.
7. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика // Проблемы русской стилистики / В. В. Виноградов. М. : Высш.школа, 1981. С. 20-171.
8. Галич О. А. Загальне літературознавство / О. А. Галич, В. М. Назарець, Є. М. Васильєв. Рівне, 1997. 544 с.
9. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / отв. ред. Г. В. Степанов. Изд. 6-е. М. : Издательство ЛКИ, 2008. 144 с. (Лингвистическое наследие XX века).
10. Ганжуров Ю. Основні етапи композиційного редагування / Ю. Ганжуров // Вісник Книжкової палати. 2010. № 2 С. 8.
11. Григораш Д. С. Теорія і практика редагування газети / Д. С. Григораш. Львів : Вид-во ЛДУ, 1966. 168 с.
12. Довгалевський М. Поетика (Сад поетичний) / М. Довгалевський. К. : Мистецтво, 1973. 436 с.
13. Домбровський В. Українська стилістика і ритміка. Українська поезика / В. Домбровський. Дрогобич : Видавнича фірма "Відродження", 2008. 488 с.
14. Дудик П. С. Стилiстика української мови : навч. посiб. / П. С. Дудик К. : Видавничий центр «Академія», 2005. 368 с. (Альма-матер).
15. Єщенко Т. А. Лiнгвiстичний аналіз тексту : навч. посiб. / Т. А. Єщенко. К. : Видавничий центр «Академія», 2009. 264 с. (Альма-матер).
16. Жарков И.А. Технология редакционно-издательского дела : конспект лекцій [Электронный ресурс] / И. А. Жарков. М. : Изд-во МГУП, 2002.
17. Западов А. В. В глубине строки: О мастерстве читателя / А. В. Западов. М. : Сов.писатель, 1975. 296 с.
18. Зелінська Н.В. Теоретичні засади роботи редактора над літературною формою твору (літературне опрацювання тексту). К.: УМК ВО, 1989. 76 с.

19. Кайда Л. Г. Композиционная поэтика текста / Л. Г. Кайда. М : Флинта-Наука. 2011. 402 с.
20. Капелюшний А. О. Стилiстика i редагування : практичний словник-довiдник журналіста / А. О. Капелюшний. Львiв : ПАiС, 2002. 576 с.
21. Коваль А. П. Практична стилістика сучасної української мови : підручник / А. П. Коваль. К. : Вища школа, 1987. 352 с.
22. Кодак М. П. Поетика як система / М. П. Кодак. К.: Дніпро, 1988. 157 с.
23. Коляда Т. Ф., Морозюк І. Є. Основи літературного редагування : конспект лекцій для студентів спеціальностей 7.020101 культурологія, 7.020105 документознавство та інформаційна діяльність / Коляда Т. Ф., Морозюк І. Є. Одеса : Наука і техніка, 2005. 76 с.
24. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту : навч. посіб. / І. М. Кочан. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : Знання, 2008. 423 с.
25. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика : учебник ; практикум /Л. Г. Бабенко, Ю. В. Казарин. М. : Флинта: Наука, 2003. 496 с.
26. Лосев А. Ф. Форма. Стыль. Выражение / А. Ф. Лосев. М. : Мысль, 1995. 944 с.
27. Мучник Б. С. Человек и текст / Б. С. Мучник. М. : Книга, 1985. 252 с.
28. Одинцов В. В. Стилистика текста / В. В. Одинцов. М. : Наука, 1980. 262 с.
29. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи : навчальний посібник / З. В. Партико. Львiв : Афiша, 2006. 416 с.
30. Різун В. В., Мамалига А. І., Феллер М. Д. Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / В. В. Різун, А. І. Мамалига, М. Д. Феллер. К. : РВЦ «Київський університет», 1998. 335 с.
31. Сенкевич М. П. Стилистика научной речи и литературное редактирование научных призывов / М. П. Сенкевич. 2-е изд., испр. и доп. М. : Высш.школа, 1980. 328 с.

32. Сикорский Н.М. Теория и практика редактирования : учебник / Н. М. Сикорский. 2-е изд., испр. и доп. М., 1980. 328 с.
33. Сикорский Н. М. Теория и практика редактирования / Н. М. Сикорский. М. : Высшая школа, 1980. 368 с.
34. Сосюр Ф. де. Курс загальної лінгвістики / Ф. де Сосюр. К. : Основи, 1998. 324 с.
35. Стилистика и литературное редактирование : учебник / под ред. В. И. Максимова. 3 изд., перераб. и доп. М. : Гардарики, 2007. 653 с.
36. Сучасна українська літературна мова: Стилїстика. / Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні АН УРСР ; за заг. ред. І. К. Білодіда. К. : Наук. думка, 1973. 588 с.
37. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця : практичний посібник / М. С. Тимошик. 2-ге вид., стер. К. Наша культура і наука, 2006. 560 с.
38. Феллер М.Д. Структура произведения / М. Д. Феллер. М.: Книга, 1981. 200 с.
39. Феллер М. Д. Українська школа літературного редагування (текст задум автора сприймання читача) / М. Д. Феллер. // Стилї. 2002. С. 363-374.
40. Феллер М. Д. Эффективность сообщения и литературный аспект редактирования / М. Д. Феллер. Львов : Изд-во при Львов.ун-те, 1978. 200 с.
41. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. Л.: Наука, 1974. 428 с.

Навчальне видання

ГУЗЕНКО
Світлана Валентинівна

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА РЕДАГУВАННЯ

Навчальний посібник

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 9,98. Тираж 300 пр. Зам. №

ВИДАВЕЦЬ І ВИГОТОВЛЮВАЧ