

**Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів**

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

Навчальний посібник

Лесюк О. В.

**Дніпро
2021**

УДК 655.41(078)

Л 51

Рекомендовано до друку
вченою радою Університету митної справи та фінансів
(протокол № 6 від 30.11.2020 р.)

Автор: Лесюк Ольга Василівна, кандидат наук із соціальних комунікацій,
старший викладач кафедри журналістики УМСФ

Рецензенти:

Сенкевич Г. А., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
кафедри журналістики УМСФ;

Кодацька Н. О., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
кафедри журналістики УМСФ

Лесюк О. В. Видавнича справа та редагування : навч. пос. /
Л 51 Лесюк О. В. – Дніпро : Університет митної справи та фінансів,
2021. – 103 с.

ISBN 978-966-328-175-9

Видання містить основні відомості про історичні витoki видавничої справи в Україні, тенденції сучасного світового книговидання, структуру видавничої галузі крізь теорію «видавничих полів». Розкрито вплив цифрових технологій на трансформацію видавничої галузі, її нормативно-правову базу й об'єкти, методологічні засади та процеси редагування, зокрема інтернет-видань і контенту.

Призначено для студентів спеціальності «Журналістика» закладів вищої освіти.

УДК 655.41(078)

ISBN 978-966-328-175-9

© Лесюк О. В., 2021

© Університет митної справи та фінансів, 2021

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1. Історичні витoki видавничої справи в Україні.....	5
2. Видавнича справа сучасності. Світове книговидання.....	19
3. Структура видавничої галузі: теорія видавничих полів. Вплив цифрових технологій на трансформацію видавничої галузі.....	32
4. Нормативно-правова база книговидання в Україні.....	35
5. Об'єкти видавничої діяльності.....	54
6. Книга як основний предмет видавничої діяльності. Структура книги.....	63
7. Загальне редагування. Сутність і зміст редагування.....	67
8. Нормативна база редагування. Постулати і конкретні норми редагування.....	73
9. Галузі редагування. Аспекти редагування.....	77
10. Методологічні основи редагування.....	81
11. Редагування інтернет-видань та інтернет-контенту.....	85
Глосарій.....	96

ВСТУП

У навчальному посібнику подано основні відомості про історичні ви-токи видавничої справи в Україні; розглянуто тенденції сучасного світового та вітчизняного книговидання; охарактеризовано структуру видавничої галузі крізь теорію «видавничих полів», зазначено вплив цифрових техно-логій на трансформацію видавничої галузі; наведено нормативно-правову базу книговидання в Україні, охарактеризовано об'єкти видавничої діяль-ності та книгу як її основний предмет. Навчальне видання розкриває сутність і зміст редагування, його нормативну базу, постулати і конкретні норми редагування; висвітлює галузі та аспекти редагування; розкриває методологічні основи редагування, процеси редагування, зокрема інтернет-видань і контенту. Для засвоєння знань студентам пропонується глосарій.

1. ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

Українська рукописна книга дохристиянської доби (IX ст. до н. е. – середина X ст. н. е.)

Розвиток рукописної книги на території сучасної України відбувався впродовж багатьох століть в умовах природних і суспільно-політичних потрясінь. У дохристиянську добу відбувається становлення і вдосконалення давньоукраїнської писемності, створення рукописних текстів на різних матеріалах: кам'яні стели, дерево (береста), кістки, пергамент, папірус.

Писемність того часу розвивалась у кілька етапів:

а) фіксація набутих знань «чертами й різаними», тобто за допомогою простих форм-символів, що становили для кожного народу власне піктографічне письмо. Це підтверджується знахідками археологічних розкопок: піктографічні тексти в печерах і гротах святилища «Кам'яна Могила» на Запоріжжі, час написання текстів на яких датується VII–III тисячоліттями до н. е.; рубцівські знахідки на Донеччині у 1937 р.: горщик з письменами (належить до зрубної культури); пам'ятки черняхівської писемності; численні сарматські знаки тощо. Також є історичні джерела про найдавніші писемні пам'ятки слов'ян, про які писали арабські мандрівники у X ст.;

б) використання в письмі, крім власних знаків, літер грецького і латинського алфавіту, висловлюючись мовою болгарського чорноризця Храбра, алфавіту «без устроєнія», тобто без адаптації їх до фонетичних особливостей слов'янської мови. Про існування у дохристиянський час у слов'ян алфавітної системи письма свідчать договори слов'янських князів з Візантійською імперією ще в IX–X ст.;

в) запровадження створеної Кирилом і Мефодієм слов'янської абетки, за допомогою якої брати переклали основні релігійні книги. Вважається, що найдавніші пам'ятки слов'янської писемності написані за допомогою двох різних алфавітів – кирилиці та глаголиці. З історичних джерел відомо, що глаголиця була дуже поширена серед західних слов'ян, де зосереджувалась проповідницька діяльність Кирила. А у східних слов'ян як простіша і зручніша абетка набула поширення кирилиця, яку, ймовірно, запозичили з грецького алфавіту, вона остаточно закріпилась у кінці IX ст. завдяки учню Кирила в Болгарії, куди пізніше перемістився центр православної просвіти.

Найдавнішими книжковими пам'ятками дохристиянської доби вважають «Велесову книгу» та «Літопис Аскольда» – рукописні тексти, створені у кодексному вигляді.

«Велесова книга» – це твір, який описує історію східних слов'ян (русів або русичів); протиставлення їм візантійців і готів; язичницькі обряди слов'ян та язичницьких богів, в яких вірили руси. Твір був написаний не пізніше IX ст. н. е. особливою азбукою на кількох десятках дерев'яних дощечок. За одними даними вони були виготовлені з дуба, за іншими – з берези.

У «Літописі Аскольда» записано про правління князя Аскольда, початок кам'яного будівництва у слов'ян, поширення освіти, переклад релігійних книг, дипломатичні відносини з Візантійською імперією тощо.

Книгописання в давньоукраїнській державі після прийняття християнства (друга половина X–XVI ст.)

Книгописання у давньоукраїнській державі набуває поширення після прийняття християнства у другій половині X ст. завдяки політичному, економічному та культурному розквіту Київської Русі. Рукописні книги того часу – переважно релігійні тексти, князівські настанови, повчання та перші літературні твори, які виконувались гусячим пером на пергаменті.

Основною мовою Київської Русі була давньоруська. Цією мовою перекладали та писали багато книг, завезених з Візантійської імперії. Книги переписували або писали тільки в церквах, у спеціальних приміщеннях – скрипторіях. Разом зі скрипторіями в церквах розташовувались бібліотеки. У скрипторіях через книжкову роботу майстри допомагали поповнювати бібліотеку літописами, книгами та іншими документами. Переписування книг забирало дуже багато часу: і рік, і більше, це була копітка, виснажлива робота.

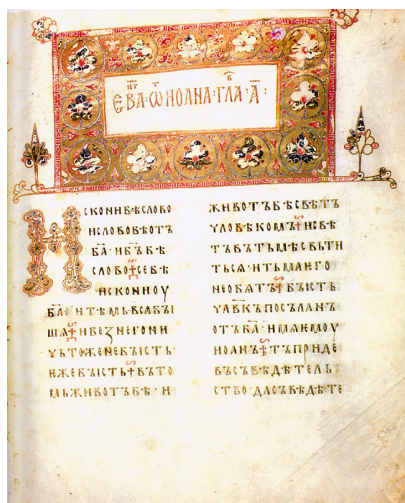


Рис. 1.1. Остромирове Євангеліє. Аркуш 2

Найдавніші рукописні книги:

- «Реймське Євангеліє» (1037 р.), унікальна книга, яка походить із бібліотеки київського князя Ярослава Мудрого;
- «Остромирове Євангеліє» (1057 р.), переписане у Києві з болгарського оригіналу дияконом Григорієм;
- «Ізборник» енциклопедичного характеру (1073 р.), переписаний дияконом Іоанном для київського князя Святослава;
- «Руська правда» перший збірник норм давньоруського права, створений за часів князювання Ярослава Мудрого (1019–1054 рр.);

- «Повість минулих літ» (1113 р.), створена монахом Києво-Печерського монастиря Нестором;
- «Слово о полку Ігоревім» (кінець XII ст.), визначна пам'ятка давньоруської літератури про історичні події 1185 р.;
- «Київський Псалтир» (1397 р.), який оздоблено 340 майстерно виконаними мініатюрами;
- «Галицько-Волинський літопис», визначний твір Давньої Русі, що містився у складі Іпатіївського списку початку XV ст.;
- «Києво-Печерський Патерик» (1462 р.), збірник статей про заснування монастиря і життя ченців Лаври;
- «Пересопницьке Євангеліє» (1556–1561 рр.) вважається першою рукописною книгою, в якій переклад усіх чотирьох Євангелій зроблено тогочасною українською літературною мовою.

Зародження та поширення друкарства в Україні (XV–XVII ст.)

У середині XV ст. величезною культурною подією стає запровадження книгодрукування в Німеччині. Друкарство швидко поширюється в інших країнах Європи, у тому числі на теренах України.

Поява першої друкованої кирилицею книги пов'язана з ім'ям слов'янського просвітителя Фіоля Швайпольта. Його книги «Октоїх» та «Часославець» були надруковані у Кракові 1491 р. За друкарську діяльність він був заарештований у 1491 р. краківською інквізицією, книги потрапили під заборону, згодом його ув'язнили. Вважається, що книги, надруковані Швайпольтом Фіолем, відіграли значну роль у духовній освіті східнослов'янських народів.

Розвиток книгодрукування в Україні став одним з етапів загального піднесення культури протягом останніх десятиріч XVI – першої половини XVII ст. Провідне місце в розвитку книгодрукування належало Галичині та Волині. Так, перші друкарні виникають у Львові – осередку політичної, економічної та культурної активності суспільства, і в Острозі – резиденції найбагатшого і найвпливовішого тогочасного українського магната князя Костянтина Острозького.

У лютому 1573 р. почала працювати львівська друкарня, заснована мандрівним друкарем Іваном Федоровим. Івана Федоров (в інших історичних джерелах – Федорович) (1510–1583 рр.) навчався у Краківському університеті, який закінчив у 1532 р. і здобув ступінь бакалавра. У 50–60-х рр. XVI ст. працював дияконом у церкві Ніколи Гостужського у Московії, паралельно працюючи в анонімній друкарні, яку невдовзі було закрито. Згодом переїжджає до Львова, де відкриває друкарню. У 1574 р. він друкує «Апостол», який вважається першою українською друкованою книгою в Україні й «Азбуку» – перший слов'янський підручник, надрукований кирилівським шрифтом. У 1576 р. Іван Федоров переїжджає до Острога, де

на кошти князя Острозького відкриває друкарню, і за чотири роки (1578–1581) випускає у світ «Азбуку», «Псалтир», «Новий Завіт», «Книжку зібрань речей найпотрібніших коротко викладених» та «Хронологію». За бажанням і на кошти князя Острозького (засновника Острозької вищої школи) у 1581 р. Іван Федоров видає один з шедеврів давньоукраїнського друкарства – повну слов'янську «Біблію». Після смерті Івана Федорова у 1583 р. його друкарське устаткування перейшло до Львівської братської друкарні, яка з перших років свого існування почала реформу кирилиці.

У Львові як визначному осередку культури, просвіти і книгодрукування діяли також друкарні Михайла Сльозки, Арсена Желиборського, Йосипа Шумлянського та друкарня монастиря св. Юра, в якому в 1700 р. вийшов «Ірмологіон» – перший у східних слов'ян нотний друк (друкар – Йосиф Городецький).

Друкарство розвивалось і поза Львовом. Крім короточасних балабанівських друкарень (Стратин і Крилос), відомі й інші мандрівні друкарні. Від друкарні Луцького братства, яке користувалось обладнанням Домжива Лютковича, збереглося лише одне видання (1640), від Кременецької друкарні – три (1638). Перемишльське братство отримало королівський дозвіл на заснування друкарні, проте не змогло видати жодної книги.

У 1615 р. у Києві виникло Богоявленське братство, до складу якого колективно записалось усе Запорізьке козацьке військо на чолі з гетьманом Петром Сагайдачним. У цьому ж році у Києві заснували братську школу на зразок львівської і створили першу в Східній Україні друкарню, яку було організовано в Києво-Печерській лаврі. Фундатором цієї друкарні був Єлисей Плетенецький.

Лаврська друкарня видавала переважно церковно-служебну, богословську літературу, також друкувались навчальна, світсько-політична література та віршовані твори. Тут побачили світ два невеликі видання: «Часослов» і віршований панегірик «Образ добродетелей». У 1619 р. була видана монументальна книга «Анфологіон» – збірка святкових служб на весь рік. Одним з найвизначніших видань друкарні Києво-Печерської лаври є «Лексикон» Памва Беринди. Для видань Києво-Печерської лаври була характерна висока поліграфічна техніка. Сам текст творів був надрукований червоними і чорними фарбами, використовувались різні шрифти. Крім лаврської, у 20-х рр. XVII ст. у Києві працювали дві приватні друкарні: Тимофія Вербицького і Спиридона Соболя.

Книгодрукування в Україні на вищій рівень підняло відкриття на початку XVII ст. паперової фабрики у Радомишлі, а пізніше й у містечку Малина (Житомирщина) і виготовлення нового друкарського шрифту.

Новий період в історії української культури, зокрема книгодрукування, пов'язаний з переможним закінченням Національно-визвольної революції під проводом Б. Хмельницького. Так, у другій половині XVII ст. книгодрукування в Україні швидко поширюється. Крім Львова, друкарні запрацювали у Стратині, Крилосі, Уневі. Особливо прославився друкар-

ством Острог: тут за короткий час було видано близько 30 книг. Розпочалося книговидавництво і в багатьох інших містах, монастирях, зокрема у Костянтинові, Почаєві, Луцькому, Житомирі, Чернігові, Крем'янці, Бердичеві, у Грушівському монастирі на Закарпатті. Велике значення для розвитку і поширення культури мали друкарні у Києві при Києво-Печерській лаврі, в Новгороді-Сіверському тощо, існували зручні мандрівні друкарні.

Розвиток національного книгодрукування у XVIII–XIX ст.

З другої половини XVIII ст. книгодрукування поширилось на Одесу, Катеринослав, Миколаїв, Кам'янець-Подільський та інші міста. Визначним осередком книгодрукування став Харків, у якому нову сторінку друкарства України відкрив Харківський університет. Ще перед офіційним його заснуванням розпочалась підготовка до створення тут друкарні. Вже 1804 р. з ініціативи фундатора університету В. Каразіна куплено технічне обладнання для друку, сортування паперу. Найбільше серед продукції університетської друкарні було наукових видань, а також навчальних посібників. Починаючи з 1812 р. у Харківській університетській друкарні виходили численні періодичні видання: газета «Харьковский еженедельник», часописи «Харьковский Демокрит», «Украинский вестник» тощо. У них переважала українська тематика, але україномовні тексти (такі, як, наприклад, вірші й переклади Петра Гулака-Артемовського) належали до винятків. Загалом в університетській друкарні з 1805 до 1855 рр. було видано близько 700 книг наукової та художньої літератури.

Слід зазначити, що помітне місце в українському друкарстві XVII – початку XVIII ст., а в Західній Україні й пізніше, належало текстам, надрукованим «простою мовою» – книжково-літературною, але досить наближеною до розмовної мови населення. Однак після підпорядкування наказом Петра I київських та чернігівських друкарень російському патріархату український характер церковного друкування в Україні поступово викоринювався, а цивільні друкарні значно скоротились, і публікували вони лише розпорядження російської адміністрації. У XVIII ст. царський уряд, здійснюючи насильницьку русифікацію, чинив усілякі перешкоди книговидавничій справі, зокрема в галузі друкування богословських та цивільних видань українською мовою. Офіційні документи також треба було писати російською мовою. Розвиток книговидавничої справи українською мовою поступово припинився.

Появою інтересу до українського слова і стимулом для подальших ініціатив українського книгодрукування для Східної України стало видання у 1798 р. перших книг «Енеїди» І. Котляревського. Схоже значення для Західної України мало видання альманаха «Русалка Дністровая», підготовленого студентами греко-католицької духовної семінарії Маркіяном Шашкевичем, Іваном Вагилевичем і Яковом Головацьким. Цю збірку оригінальних творів, записів фольклору та історичних матеріалів через заборону видання у Львові довелось друкувати в містечку Буді, в друкарні Пештського університету.

Загальноукраїнське значення мали також книги, видані у Російській імперії за межами України. У Петербурзі вийшли «Кобзар» (1840), «Гайдамаки» (1841), «Гамалія» (1844) Т. Шевченка, альманах «Ластівка» (1841) Є. Гребінки. У Москві видано збірки українських народних пісень М. Максимовича (1827 і 1834), повісті Григорія Квітки-Основ'яненка (1834–1837), «Москаль-Чарівник» Івана Котляревського (1841).

У ході революційного руху 1848 р. на західноукраїнських землях були сформульовані національні політичні програми, почала виходити перша українська газета «Зоря Галицька», яка виступила з маніфестом про соборність українського народу і його право на розвиток власної культури. Було започатковано викладання української мови й літератури у Львівському університеті.

Пожвавлення національного книговидання у Східній Україні було пов'язане з активізацією культурного життя в кінці 50-х – на початку 60-х рр. Після реформи 1861 р. серед інших змін, що відбувались у країні, розвивається процес активізації книгодрукування. Зокрема, в Києві стрімко збільшується кількість видавничих підприємств, серед яких зростає відсоток приватних друкарень, рівень їхнього технічного обладнання, кількість та якість виробленої продукції.

Початком нової доби у вітчизняному друкарстві стало видання П. Кулішем у 1856–1857 рр. фольклорно-історичної збірки «Записки о Южной Руси» (надрукованої «кулішівкою» – розробленим ним фонетичним правописом) і заснування друкарні в Петербурзі. У 1857–1859 рр. вийшли друком україномовні проповіді й три збірки бесід на релігійні теми Василя Гречулевича, український за тематикою місячник «Основа», що виходив у 1861–1862 рр. українською і російською мовами тиражем близько двох тисяч примірників.

Поява в Україні в 1859–1860 рр. недільних шкіл зумовила видання численних букварів та інших підручників для початкового навчання, набував поширення газетний друк. Так, українською і російською мовами у Чернігові виходила газета «Черниговский листок» (1861–1863), видавцем і редактором якої був Леонід Глібов. У Галичині розпочалось також видання брошур науково-популярного змісту для народу. Наприклад, у Львові виходили українські літературно-громадські часописи «Вечорниці» (1862–1863), «Мета» (1863–1865).

Якщо в Галичині видавничий рух розвивався й далі, в Наддніпрянщині його перервали жорстокі репресії. Причиною цих репресій стало прийняття Валуєвського циркуляра в 1863 р. – таємного розпорядження міністра внутрішніх справ Російської імперії Петра Валуєва до територіальних цензурних комітетів. У документі наказувалось тимчасово зупинити видання значної частини книг, написаних українською мовою. Згідно із цим указом, заборонялась публікація релігійних, навчальних і освітніх книг, однак дозволялась публікація художньої літератури. Дію Валуєвського циркуляра було закріплено і розширено шляхом видання Емського указу. Емський указ – розпорядження російського імператора

Олександра II (1876 р.), спрямоване на витіснення української мови з культурної сфери й обмеження її побутовим вжитком. Указ забороняв ввозити на територію Російської імперії з-за кордону книги, написані українською мовою, видавати нею оригінальні твори і робити переклади з іноземних мов, тексти для нот, театральні вистави і публічні читання. Було заборонено навчання українською мовою.

Таким чином, у 1864–1869 рр. друк українських книжок зменшився. Перестали діяти недільні школи, послабилась праця в громадах, частина членів яких була заарештована й заслана. Цензурні переслідування в Росії спонукали до того, що тривалий час українське книговидання було зосереджено в Галичині та Європі. Так, у Женеві, за дорученням Київської громади М. Драгоманов заснував Вільну українську друкарню. Керівником друкарні став відомий під псевдонімом «Кузьма» Антін Ляхоцький. Серед найвідоміших женевських видань – збірки «Громада» (т. 1–5, 1878–1882 рр., за редакцією М. Драгоманова) й однойменний журнал (1881), твори самого М. Драгоманова і С. Подолинського. Ці та інші заборонені видання нелегальними каналами пересилались в Україну, але поліцейний контроль був досить дієвим, щоб не допустити їх масового розповсюдження.

У Києві наукові видання в цей період друкувались лише російською мовою, але заснований 1872 р. Південно-західний відділ Російського географічного товариства у свої публікації включав і українські фольклорні тексти. У другій половині 70-х рр. на Наддніпрянщині, зокрема в Києві, дещо поживавилось видання художньої і науково-популярної літератури, з'явилась українська дитяча книжка.

Доступність україномовних видань обмежувалась також тим, що ними дуже погано комплектувались бібліотеки, які з другої половини XIX ст. починають відігравати основну роль у культурі. У той час відкриваються публічні бібліотеки, першими з яких стали Одеська міська бібліотека (1829 р.) і Харківська губернська публічна бібліотека (1830 р.). Уже наприкінці XIX ст. міські бібліотеки були в усіх великих містах України. Важливого значення у культурному житті в кінці XIX – на початку XX ст. також набули й модернізовані університетські бібліотеки.

Яскравим явищем у національному житті українців Галичини у той час став швидкий розвиток читалень «Просвіти». В Наддніпрянській Україні з 1867 р. земства засновують бібліотеки для селян, які майже не комплектувались українськими книжками. Важливим внеском у науку стало створення україністичних колекцій у книгозбірнях деяких навчальних закладів і товариств, особливо Наукового товариства ім. Т. Шевченка та Українського наукового товариства в Києві. Зі збільшенням кількості українських громадських і приватних бібліотек поширюються друковані екслібриси – спершу текстові наліпки утилітарного призначення, згодом – мистецькі композиції у вигляді видруків чи естампів.

Національна преса стала суттєвим чинником популяризації українських книжок, видавці яких, як і видавці газет і журналів, керувались просвітницькими мотивами. Саме з такою метою І. Франко видавав серії «Дрібна

бібліотека» (1878–1881) та «Літературно-наукова бібліотека» (1889–1898), К. Паньківський – серію «Мала бібліотека». Особливо успішною виявилась діяльність Українсько-руської видавничої спілки – акціонерного товариства, яким керували М. Грушевський, І. Франко і В. Гнатюк.

Важливим видавничим центром стало Товариство ім. Шевченка, яке 1892 р. було перетворено на наукове. Друкарня товариства діяла з 1873 р., з 1892 р. у ній виходили «Записки Наукового Товариства ім. Шевченка». Головним редактором видання був Михайло Грушевський. Під його керівництвом також розгорнулось видання історичних документів і наукових монографій. Українську книгу розповсюджували книгарні НТШ і «Прогресу» у Львові, засновувались українські книгарні й у повітових містах. Звісно, в Галичині відкривалось і чимало польських книгарень, причому нерідко книгарі були одночасно видавцями і власниками друкарень.

Стан друкування української книжки на початку ХХ ст.

Наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. поширення набувають лубочні російськомовні видання «для народу». Це пояснювалось, по-перше, переслідуванням освітньої української книжки; по-друге, більшими фінансовими можливостями російських видавців; по-третє, подальшою русифікацією суспільного життя (навчання у школах, військова служба, практика адміністративних установ і церкви).

Молода українська інтелігенція береться за створення і поширення масової україномовної книги. Особливо великими щодо цього були заслуги Б. Грінченка, який на пожертви І. Череватенка розпочав у Чернігові друкування доступних для широких кіл читачів творів українського письменства й освітніх книжечок, в яких наукові знання, щоб обійти цензурну заборону, викладались у художній формі. У Харкові виникло видавництво, на книжках якого були позначки «видано Вс. І. Гуртом», тобто книги готували і видавали Г. Хоткевич і його однодумці «всі гуртом». Одним зі стабільних видавництв того часу було видавництво «Вік», керівниками й активними співробітниками якого були визначні громадські й культурні діячі – О. Кониський, В. Доманицький, С. Єфремов, О. Лотоцький.

Велике значення у подальшому розвитку поліграфічного виробництва в Україні мала поява нових, технічно вдосконалених друкарень, таких, як типографія С. Кульженка в Києві та Є. Фесенка в Одесі, які, крім російських, видавали й українські книжки. Найбільше нотне видавництво і друкарня нот діяли у Києві при нотній книгарні Л. Ідзиковського. Велику увагу це видавництво приділяло виданню і поширенню нот українських народних пісень, зокрема творів Миколи Лисенка та інших композиторів.

З'являються друкарні у провінційних містах. Так, у 1886 р. у Херсоні надруковано збірку драматичних творів І. Карпенка-Карого, у Чернігові вийшли друком літературні альманахи «Степові квіти» (1899), «Хвиля» (1900) тощо.

Валуєвський циркуляр і Емський указ фактично втратили силу лише внаслідок революції 1905 р. з виданням імператором Миколою II «Маніфеста громадянських свобод». Виникають можливості видання української преси, проте цензура щодо неї залишається особливо суворою і часто забороняє друк творів уже після видання через змістовні суперечки. Так, наприкінці 1905 р. була заборонена перша на теренах Російської імперії україномовна газета «Хлібороб», у 1906 р. заборонено газети «Вільна Україна» (Петербург), «Добра порада» і «Запоріжжя» (Катеринослав), «Народна справа» (Одеса), «Слобожанщина» (Харків). Друга в Наддніпрянщині українська газета – «Рідний край», заснована в кінці 1905 р. у Полтаві М. Дмитрієвим, 1907–1913 рр. виходила за редакцією О. Пчілки в Києві; 1915–1916 рр. – у Гадячі російським правописом, так званою «ярижкою», щоб обійти заборону україномовної преси у роки війни.

У розвиток української культури значним був внесок видавництва «Час» (Київ, 1908–1920 рр.). Його фундаторами і керівниками стали В. Королів-Старий, М. Синицький, М. Левицький, П. Петрушевський. При видавництві було створено друкарню і книгарню, серед видань були твори українських письменників і переклади з різних мов, підручники, брошури для широкого кола читачів. У 1905 р. в Одесі заходами голови одеської «Просвіти», визначного книгознавця, бібліографа і лексикографа М. Комарова було засновано перше українське видавництво «Сніп».

Невеликі українські видавництва діяли і в інших містах Наддніпрянщини, україномовні книжки друкувались також у Петербурзі та Москві. Так, у Москві за редакцією С. Петлюри та О. Саліковського виходив місячник «Украинская жизнь» (1912–1917 рр.), який інформував читачів про життя України. В 1898–1917 рр. видавничу діяльність у Петербурзі вело Благодійне товариство для поширення загальнокорисних і дешевих книжок, очолене Д. Мордовцевим.

У Галичині цензурні обмеження були пов'язані насамперед зі змістом видань, а не з їхньою мовою. Чинниками культурного життя стали національні освітні та інші товариства і преса. Завдяки активній участі в книговидаванні й журналістиці Галичини діячів культури з інших регіонів (Наддніпрянщини, Буковини, Закарпаття) друковані у Львові, Коломиї та інших галицьких містах книги й періодика ставали загальнонаціональними за своїм значенням, сприяли перетворенню Галичини на осередок культурно-національних ініціатив для всієї України. Якісний перелом у рівні періодики для інтелігенції засвідчив місячник «Літературно-науковий вісник» (1898–1906), який виходив за редакцією М. Грушевського, І. Франка, В. Гнатюка у Львові, а пізніше – в Києві.

Усього в 1909 р. працювало 17 українських видавництв у Східній Україні: в Києві, Полтаві, Одесі та інших містах. У Галичині на початку ХХ ст. – понад 30. У роки Першої світової війни (1914–1918 рр.) книговидавання на українських землях різко зменшилось. У Росії випуск книг українською мовою знову опинився під заборонаю, за дуже незначними винятками. Одно-

часно поживавилось видання політичних публікацій на українські теми за межами України. Союз Визволення України в низці країн публікував кількома мовами брошури та інформаційні матеріали з чітко сформульованою вимогою самостійності України. Політичні видання самостійницького напрямку виходили також у Сполучених Штатах Америки та Канаді.

Розвиток українських видавництв 1917–1918 рр.

Зростання українського книговидання припадає на роки Визвольних змагань, боротьби за державність. У цей час зростає кількість українських видавництв, розвиваються як громадські, так і приватні видавничі підприємства, виникають книгарні й бібліотеки. Так, національно орієнтовані українські видавництва виникли у Глухіві, Лубнах, Смілі, Кобеляках, Козятині, Валках, Могилів-Подільському, Катеринодарі на Кубані тощо. Створюються видавництва при місцевих товариствах «Просвіти».

Зростання попиту на українську книгу забезпечило прибутковість найбільших видавництв «Час», «Друкар», «Сіяч», «Криниця», які придбали власні друкарні. Стихійно і дуже стрімко зростає кількість українських періодичних видань, швидко збільшується кількість фахової періодики («Вільна школа», «Українська військова справа», «Освіта», «Педагогічний журнал», «Книгар, «Мистецтво» тощо).

У 1918 р. утворено Національну бібліотеку Української Держави (з 1996 р. – Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського). У січні 1919 р. Директорія Української народної республіки заснувала Українську книжкову палату (нині – Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова») – орган державної реєстрації друкованих видань.

Видавнича справа в Україні радянської доби

Після поразки Визвольних змагань і запровадження у Східній Україні радянської системи видавничу справу було майже повністю удержавлено і централізовано, встановлено політичну цензуру. Державні видавництва об'єднано у Всеукраїнське державне видавництво (Держвидав). У Харкові засновано видавництва «Пролетарий», «Молодий робітник». Але в 30-ті рр. ще існують приватні кооперативні видавництва, наприклад «Світло» (працювало до 1926 р.).

У період українізації (1925–1932) зростає видання української художньої літератури, наукової і літературної періодики, україномовної щоденної преси. Найбільшими видавництвами стали «Рух» і «Книгоспілка» у Харкові. У 1918 р. засновано Всеукраїнську академію наук, яка видає наукові монографії та періодику. В підпорядкування до неї у 1922 р. переходить колишня друкарня Києво-Печерської лаври. Але, слід зазначити, що у книжковому репертуарі видань того часу переважали агітаційно-пропагандистські друки.

У 1930-х рр. посилюється політика централізації видавничої справи і цензурний контроль. Триває чітке розмежування видавничих і друкарських підприємств. Із розгромом українізації починається терор щодо українських кадрів: видавців і авторів чекали звільнення з роботи, ув'язнення або заслання, а в 1934 і 1937–1939 рр. – розстріли. Жертвами терору стали видатні для українського книговидання діячі: Г. Хоткевич, І. Лизанівський, С. Пилипенко та родина Крушельницьких.

Для зручності контролю Держвидав перетворено на Державне видавниче об'єднання України (ДВОУ), якому підпорядковувались усі головні видавництва: «Радянська школа», «Література і мистецтво» тощо. Але в 1934 р. ДВОУ було ліквідовано і видавничу діяльність на місцях зведено до мінімуму. Книжкова продукція сконцентрована у спеціалізованих видавництвах, яких на 1940 р. залишалось чотирнадцять. Різко зменшується кількість україномовних видань.

У Західній Україні в міжвоєнний час існувало близько 50 українських видавництв. Видавничими осередками були Львів і Коломия. Хоча кількість книжкової продукції на землях Галичині не була значною (22 % кількості україномовних книг у радянській Україні), тематика книг і періодики була більш різноманітною. Українські товариства й організації залучали на видавничі потреби кошти громадськості, також допомагала видавництвам українська кооперація, нерідко для інвестування у книговидання використовувалась передплата. Розвивалася і преса. Виходили газети «Діло», «Новий час», літературний тижневик «Назустріч», науково-популярний місячник товариства «Просвіта» тощо. Українська преса різних напрямів і жанрів виходила також на Волині, але тут зазнавала репресій з боку польської влади. На Буковині в умовах жорстоких переслідувань з боку румунської цензури за 1921–1928 рр. вдалось надрукувати лише 39 назв книг. Активніше розвивалось українське книговидання на Закарпатті – в Ужгороді, Мукачеві.

Видавали книги, створені в еміграції, культурно-освітні центри: Український громадський видавничий фонд та Український вільний університет у Празі, Українська господарська академія в Подєбрадах (1922–1932). Українські видавничі ініціативи у Канаді й США були пов'язані з культурним і політичним рухом в емігрантському середовищі. Так, з 1896 р. безперервно виходить газета «Свобода» (орган Українського народного союзу, що є найбільшою діаспорною кредитно-банківською установою). Частина заокеанських видань поширювалась на Західній Україні.

Після включення до СРСР західноукраїнських земель було ліквідовано всі наявні там видавничі центри. Під час німецько-фашистської окупації в Україні була дозволена тільки одна українська видавнича установа – львівська філія краківського Українського видавництва. В інших містах окупованої України виходили нечисленні брошури й низка газет. Видавнича діяльність у ці роки тривала й далі в еміграції – у США, Канаді й у деяких європейських країнах.

У післявоєнні роки в Українській РСР було відновлено діяльність республіканських видавництв, засновано газетні видавництва в обласних центрах. Видавнича продукція того часу: агітаційні пропагандистські публікації, шкільні підручники, масові брошури з питань колгоспного виробництва тощо. З 1949 р. видавничі підприємства і друкарні підпорядковуються Управлінню поліграфічної промисловості й видавництв при Раді міністрів УРСР, пізніше реорганізованому в «Державний комітет Ради міністрів УРСР по пресі», з 1978 р. перейменований на Державний комітет УРСР у справах видавництв, поліграфії і книжкової торгівлі (Держкомвидав). Перейменовуються видавництва: «Держлітвидав України» на «Дніпро», «Дитвидав ЦК ЛКСМУ» на «Веселку». Обласні книжково-журнальні видавництва отримують статус республіканських регіональних видавництв («Маяк» в Одесі, «Таврія» в Сімферополі, «Каменярь» у Львові, «Карпати» в Ужгороді).

Реформа щодо видавництв усього СРСР проводилась бюрократичними методами відповідно до постанови «Держкомпресу» СРСР (за розпорядженням ЦК КПРС) і мала на меті подальшу централізацію та регламентацію регіональної видавничої діяльності. Усе здійснювалось відповідно до постанови московського ЦК «про чергові завдання ідеологічної роботи партії», де передбачалось «реорганізувати мережу центральних і місцевих видавництв і створення замість них великих спеціалізованих видавництв». Видавати енциклопедії, засновувати нові журнали можна було лише з дозволу Політбюро ЦК КПРС. Так, було закрито кілька серійних видань галузевих інститутів Академії наук, які не отримали належного дозволу. Контроль за змістом і оформленням видань належав «Управлінню по охороні державних і військових таємниць у пресі» (Держліт). Система контролю починалася з авторської самоцензури і вишукування видавничими редакторами недозволених чи просто небажаних думок, поглядів, форм вислову. Видання доходило до читача після багаторазової перевірки. Але після отримання обов'язкового сигнального примірника партійними органами або держбезпекою інколи давалось розпорядження знищити весь наклад видання.

Під час «відлиги» (кінець 50-х – початок 60-х рр.) розширюється випуск спеціалізованої технічної, економічної, наукової літератури, з художньої друкувалась в основному класика (часто із цензурними купюрами) й офіційно визнані твори українських радянських письменників, переклади з російської літератури, твори реабілітованих розстріляних письменників. У 1960–1980-х рр. з'явилися і енциклопедичні видання: «Українська радянська енциклопедія», перша у світі «Енциклопедія кібернетики», «Шевченківський словник», багатотомні інформаційно-наукові видання «Історія міст і сіл Української РСР» та «Історія українського мистецтва». Академічним інститутом мовознавства видано тлумачний словник української мови в 11 томах, започатковано серію «Пам'ятки української мови», виходять зібрання творів І. Франка, Лесі Українки. Розпочато повне академічне

видання творів Т. Шевченка і серію «Бібліотека української літератури». У 1972 р. у колишньому будинку Києво-Печерської друкарні відкрито Державний музей книги і друкарства. Але з 1965 р. кількість україномовних видань зменшується.

Твори, які цензура не допускала до видання в Україні, публікували видавничі осередки діаспори в Німеччині, США, Канаді. Англomовні наукові праці про Україну видає Український науковий інститут Гарвардського університету, Канадський інститут українських студій (Едмонтон), Українське академічне видавництво у м. Літлтон (штат Колорадо), яке було філією американського видавництва книг з бібліотекознавства та інформатики «Libraries Unlimited» (власник – Б. Винар).

Суворість цензурного контролю спричинила появу «самвидаву» – машинописних копій публіцистичних і літературних творів. З'явилися і самвидавні журнали: «Український вісник», «Воля і Батьківщина» тощо. Самвидавні тексти, тираж яких був мінімальним, доходили до України переважно завдяки пересиланням радіо «Свобода», «Голосу Америки», міжнародної служби Канадського радіо.

Таким чином, розвиток книговидавничої справи в Україні визначався соціально-економічними, політичними, історико-культурними факторами. В умовах національно-культурного піднесення видавнича діяльність в Україні набуває значення надзвичайного соціального та культурного явища. Книговидання не лише відповідало існуючому рівню розвитку суспільства, але й впливало на нього, сприяючи формуванню громадської думки, спонукаючи до активізації діяльності просвітніх, наукових організацій.

Контрольні питання

1. Назвіть давньоукраїнські рукописні шедеври дохристиянської доби (середина IX – середина X ст. до н. е.).
2. Назвіть постаті, з якими пов'язане поширення друкарства на теренах України.
3. Назвіть українські видавництва і видавничі осередки XIX – початку XX ст.
4. Охарактеризуйте тенденції розвитку видавничої справи в Україні за радянських часів.

Рекомендовані джерела:

1. Бондар Ю. В. Четверта українська. Розвиток видавничої справи у процесі суспільно-політичних трансформацій України Новітнього часу : монографія / Ю. В. Бондар. – К. : Персонал, 2019. – 513 с. – (Видавництво трансформацій ; кн. 4).

2. Запаско Я. Початки українського друкарства / Запаско Я., Мацюк О., Стасенко В. – Львів : Центр Європи, 2000. – 222 с.

3. Ісаєвич Я. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми / Ісаєвич Я. – Львів : І-т українознавства, 2002. – 520 с.

4. Каракоз О. О. Історія книги : навч. посіб. / Каракоз О. О. – К. : Ліра-К, 2018. – 359 с.

5. Кізюн В. К. Видавнича справа в Україні в 20-ті роки ХХ століття : монографія / В. К. Кізюн ; М-во освіти і науки України. – Кропивницький : Александрова М. В., 2017. – 184 с.

6. Огієнко І. (Митрополит Іларіон). Історія українського друкарства / Огієнко І. ; упоряд., передмова і примітки М. Тимошика. – К. : Наша культура і наука, 2007. – 536 с.

7. Тимошик М. Її величність – книга / Тимошик М. ; передмова В. Скопенка. – К. : Наша культура і наука, 1999. – 308 с.

8. Тимошик М. Історія видавничої справи : підручник / Тимошик М. – 2-ге вид. – К. : Наша культура і наука, 2007. – 496 с.

2. ВИДАВНИЧА СПРАВА СУЧАСНОСТІ. СВІТОВЕ КНИГОВИДАННЯ

Книговидання є однією з головних галузей креативної економіки, складовою культурної та освітньої сфери. Показники випуску книжкової продукції слугують індикаторами культурного розвитку країни.

Книговидання – частина світової медіаіндустрії.

Книга у структурі медіа не посідає провідних позицій, проте стабільно перебуває на 10-му місці з погляду обсягів споживання. Динамічно зростають цифрові продукти. Основна тенденція – подальша персоналізація, індивідуалізація, гнучке налаштування контенту.

Світовий видавничий ринок – гетерогенний, регіонально зонований, з різними принципами крайнього функціонування, індивідуальними особливостями становлення і розвитку, масштабністю і динамікою, існуванням унікальних досвідів, вартих наслідування.

Структура видавничої галузі за кордоном розгалужена і містить:

- незалежні книжкові видавництва;
- невеликі видавничі групи та об'єднання;
- об'єднання великих видавничих та медійних підприємств (медіа-концерни).

Основні тенденції розвитку сучасної видавничої справи за кордоном:

- глобалізація книжкового ринку;
- скорочення нонелектронного (традиційного) книговидання;
- формування розгалуженої конкурентної структури галузі;
- трансформація видавництв з «книжкових» на «виробників розважального продукту»;
- уповільнення темпів приросту електронного книговидання, споживання і стабілізація співвідношення електронного та нонелектронного книговиробництва;
- впровадження комплексних технологічних, продуктових та організаційних інновацій.

Перша тенденція – глобалізація книжкового ринку і високий ступінь концентрації світового книговидання. Процес глобалізації книжкового ринку активізувався в кінці 1990-х рр., коли німецька компанія Bertelsmann придбала американське видавництво Random House і перевела штаб-квартиру в Нью-Йорк. З тих пір відбулась низка злиттів і поглинань видавничих і книготорговельних підприємств, відкриття редакцій і відділів продажів на різних континентах, вихід на ринок інтернет-гігантів Amazon, Apple, Kobo.

У результаті процесів глобалізації, об'єднання і концентрації книговиробництва, що межує з монополізацією ринку, сформувалась так звана «велика п'ятірка» світових лідерів книговидання: Pearson (Великобританія), Thomson-Reuters (Канада), RELX Group (Великобританія, Нідерланди, США), Wolters Kluwer Нідерланди), Penguin Random House (Німеччина).

Аналітики засвідчують ще кілька проявів глобалізації у видавничій справі:

- формування світових баз книжкового контенту, яке виконують Google, Ingram, Overdrive, Nielsen BookScan і низка інших компаній;
- горизонтальну інтеграцію – об'єднання видавничих підприємств, налагодження тісної взаємодії між ними «по горизонталі» з урахуванням спільної діяльності, а також злиття, поглинання одних видавничих підприємств іншими;
- наявність наскрізних міжнародних бестселерів тощо.

В Україні видавнича галузь представлена лише середніми та малими підприємствами, видавничих об'єднань немає. Українські видавництва здійснюють діяльність на окремих тематичних сегментах видавничого ринку, одночасно реалізують проєкти, пов'язані з використанням інформаційних ресурсів (онлайн-проєкти, організація та інформаційне супроводження подій, консалтинг тощо). Прикладом української медіаконцерну, яка обрала вертикальну інтеграцію, є ЗАТ «Холдингова компанія «Бліц-Інформ» (об'єднує редакцію всеукраїнського журналу «Наталі», газети «Бізнес», друкарню «Бліц-Прінт» та ще низку підприємств).

Найбільшим вітчизняним медійним холдингом, що здійснює горизонтальну інтеграцію у видавничій діяльності, є UMN Group. Головними напрямками діяльності є видання періодики, в тому числі за ліцензіями іноземних видавництв; реалізація інформаційних інтернет-проєктів; інші медіапродукти.

Специфіка книговидавництва розвинених країн світу полягає у формуванні незалежного видавничого середовища. Невеликі незалежні видавництва та автори, що здійснюють самопублікації, пропонують на ринок видання новаторської, оригінальної літератури. Їх існування здебільшого базується на самовідданості засновників та відмові від надмірних прибутків.

Провідна роль у формуванні ринкової пропозиції на світовому книжковому ринку належить міжнародним медіаконцернам, що об'єднують різні за обсягом книжкові, газетні та журнальні видавництва, типографії, книжкові мережі та споріднені галузі – телевізійні та інформаційні мережі, радіоканали, підприємства сфери розваг тощо.

Міжнародні медіаконцерни утворюють філіали та дочірні підприємства в різних країнах світу, що дає змогу використовувати ефект диверсифікації, ефект масштабу продажів тощо.

У звіті Міжнародної асоціації книговидавців за 2015 р. дві країни домінують на світовому ринку за кількістю найменувань книжок – Китай та США.

Надходження 50 найбільших видавничих груп світу становило у 2014 р. 37,74 % загального доходу книжкової галузі. Лідери – медіаконцерни, що здійснюють видання книжкової продукції: Pearson (Великобританія), Thomson Reuters (Канада), RELX Group (Reed Elsevier) (США – Нідерланди – Великобританія). До десяти найбільших медіаконцернів світу ввійшли і дві ви-

давничі групи з Китаю: Phoenix Publishing and Media Company та China South Publishing & Media Group (Zhong Nan). Більшість підрозділів концернів спеціалізується на виданні навчальної, наукової та спеціалізованої літератури.

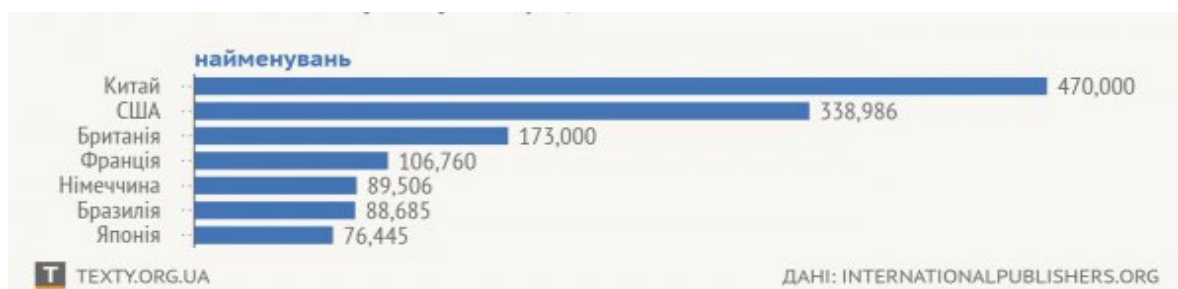


Рис. 2.1. Рейтинг країн за абсолютною кількістю виданих найменувань книжок

Оперативні дані випуску книжкової продукції в Україні у 2019–2020 рр. (за даними Книжкової палати України) подано в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Оперативні дані випуску книжкової продукції у 2020 р.

Види видань	2020 (станом на 03.08.2020)		2019 (станом на 03.08.2019)		Відношення	
	Кількість видань, друк. од.	Тираж, тис. прим.	Кількість видань, друк. од.	Тираж, тис. прим.	до кількості видань, %	до тиражу, %
1	2	3	4	5	6	7
Книги і брошури, в тому числі:	4608	3597,8	10 411	22 495,6	44,3	16,0
<i>українською мовою</i>	3506	2887,5	7643	18 821,1	45,9	15,3
<i>російською мовою</i>	601	494,7	1604	2520,9	37,5	19,6
Автореферати дисертацій	1080	111,8	2920	301,4	37,0	37,1
Книжкові образотворчі видання, в тому числі:	153	350,4	395	826,9	38,7	42,4
<i>українською мовою</i>	130	334,0	289	640,9	45,0	52,1
<i>російською мовою</i>	18	15,4	80	165,9	22,5	68,4

Закінчення табл. 2.1

1	2	3	4	5	6	7
Книжкові нотні видання, у тому числі:	26	5,8	46	19,7	56,5	10,3
<i>українською мовою</i>	26	5,8	38	14,6	68,4	39,7
<i>російською мовою</i>	–	–	3	4,4	–	–
Книжкові картографічні видання, у тому числі:	7	8,6	10	27,0	70,0	31,9
<i>українською мовою</i>	6	7,6	9	25,5	66,7	29,8
<i>російською мовою</i>	1	1,0	–	–	–	–

Поширені стратегії управління медійними об'єднаннями:

- комплексне розв'язання проблеми реалізації продукції, залучення сторонніх малих та середніх видавничих та інших медійних підприємств до субконтрактації, аутсорсингу, регіональних коопераційних зв'язків;
- диверсифікація видавничих ідей, які втілюються у різноманітних медійних продуктах – книгах, кіно- і телефільмах, постановках, комп'ютерних іграх, продовжуваних виданнях;
- уніфікація видавничих програм, оформлення, змісту і стилю книг, створення глобалізованої масової книги, що продаватиметься в усьому світі;
- дезінтеграція та надання більшої самостійності підрозділам та філіям з метою подолання негативного ефекту масштабу, забезпечення адаптації продукту до вимог місцевих медійних ринків, відповідності нормам місцевого законодавства.

Перевагами медіаоб'єднань є використання можливостей вертикальної та горизонтальної інтеграції, зниження витрат і максимізація прибутку, розширення економічного, політичного та культурного впливу на інші країни світу. Наприклад, з метою підвищення конкурентоспроможності видавничої галузі та ефективності використання ресурсів на початку 2000-х рр. уряд Китаю стимулював створення видавничих груп, кількість яких станом на 2014 р. уже досягає 32.

Друга тенденція – поступове скорочення нонелектронного (традиційного) книговидавання, що супроводжується зменшенням тиражів і обсягів виробництва друкованої продукції, зниженням цін як на паперові, так і на

електронні книги, закриттям книжкових видавництв. У традиційному книговиданні протягом останніх п'яти-шести років спостерігається стабільний спад – від незначного, як у Німеччині або Франції, до досить суттєвого, як в Іспанії, Італії, Греції та Швеції. У жодній країні, крім Великобританії, падіння паперових продажів не компенсувалося зростанням цифрових.

Спільними проблемами світового книговидання є збільшення витрат на здійснення виробничої та збутової діяльності внаслідок зменшення тиражності та зростання цін на витратні матеріали; зменшення інтересу до книжкової продукції та читання через брак вільного часу, поширення альтернативних засобів розваг; зростання витрат на підготовку електронних книг; нелегальне використання видавничої продукції.

З метою розв'язання наявних проблем, виконання фіскальних завдань, забезпечення розвитку національної культури в багатьох країнах світу реалізують заходи державного регулювання видавничої справи.

В основі ефективного регулювання книговидання розвинених країн є дієва система захисту авторських прав та прав власності. За підтримки держави реалізують програми читання та книжкової пропаганди, формують бібліотечні фонди, організують видавничі події – книжкові виставки, ярмарки, літературні конкурси та премії тощо. В Україні прийняті закони та програми найчастіше мають декларативний характер.

Моделі регулювання видавничої діяльності у світі відрізняються за змістом, ступенем лібералізації та використовуваними методами.

Третя тенденція – поступова трансформація видавництв з «книжкових» на «виробників розважального продукту». Найпостійніша тенденція останніх років і найпотужніший тренд розвитку, на думку видавців, пов'язаний з дитячою книгою – одним з найприбутковіших сегментів книговидання. Пошук нових форм подання контенту, посилення інтерактивного компонента, візуального розмаїття, що дає змогу дитині, яка звикла до айпаду і комп'ютера, постійно перемикає увагу, поступово перетворюють книгу на невід'ємну частину медіаіндустрії. Відбувається поступова трансформація видавництв з «книжкових» на «виробників розважального продукту», частину індустрії розваг. Особливо це характерно для видавництв, які у відповідь на вимогу ринку короткого, розважального та необтяжливого читання вкладають значні кошти в розважальні платформи й ігрові програми. Найбільш успішні проекти нині розвиваються на перетині кіно – медіа – книга, а найбільші вітчизняні та зарубіжні видавництва стають частиною медіахолдингів. У зв'язку із цим добір проектів для видання спочатку відбувається з урахуванням можливості їх потенціалу для крос-медіа.

Четверта тенденція – уповільнення темпів приросту електронного книговидання, споживання і стабілізація співвідношення нонелектронного та електронного книговиробництва. В англосаксонських країнах ще 2013 р. відбувся перелом: завершилася фаза експоненціального зростання електронного книговидання; велика частина публіки вже познайомила з

електронними книгами, темпи зростання їх споживання тимчасово зупинились. З 2015 р. ця тенденція виявилась практично в усіх країнах західної півкулі, незалежно від частки ринку, що охоплюється.

П'ята тенденція – світове книговидання характеризується інноваційним вектором розвитку, впровадженням комплексних технологічних, продуктових та організаційних інновацій.

Серед тенденцій останніх років – приріст виробництва і споживання аудіокниг, повсюдне зростання самвидаву і тематичних видавничих платформ, до яких призвів перехід на мобільне читання тощо.

Спостерігається орієнтація на одночасний друкований, цифровий та мобільний паблішинг; крос-платформність; створення мультимедіавидань, що поєднують інтерактивні ілюстрації, аудіо-, відеоефекти. Порівняно з англійськими країнами в країнах континентальної Європи розвиток електронного книговидавництва менш активний: якщо у Великобританії електронним книгам належить 25 % ринку, в США – 21 %, то в Німеччині – близько 10 %, в Іспанії – майже 5 %, у Франції – 3 %. Посилюється позиція електронних видань у сфері художньої літератури (у США – до 50 % видань).

Сучасні книжкові видавництва та книготорговельні підприємства підвищують ефективність, використовуючи бізнес-моделі та технології:

- друк на замовлення (printondemand);
- друк після продажу загального тиражу з подальшим постачанням (printposttrading);
- краудфандинг (передплатна модель книговидання).

Ці стратегії дають змогу ефективно використовувати матеріальні ресурси, уникнути складських витрат, налагодити плідну взаємодію зі споживачами.

Інновації у видавничій справі – це впровадження новацій у діяльність суб'єктів видавничого ринку, результатом чого є створення або вдосконалення продукту, сервісу, виробничого процесу, способу розповсюдження. С. А. Водозазка запропонувала авторську фасетну класифікацію видавничої інноватики (рис. 2.2), яка дає змогу комплексно та в різних площинах осмислювати трансформації видавничої галузі. Виокремлено інновації:

- за інтенсивністю впровадження: еволюційні; радикальні; комбінаторні;
- за місцем/середовищем упровадження у видавничій сфері: комунікаційні (організаційні, структурні, управлінські, продуктні);
- технологічні (власне технологічні інновації, інноваційні технології, інноваційні сервіси);
- ринкові (дистрибуційні, промоційні);
- за характером відповідності видавничому прототипу: первинні, замісні, архаїчні;
- за рівнем упровадження у видавничу галузь: базові, інтегруючі, псевдоінновації;
- за впливом на видавничу галузь: прямі, непрямі, комбіновані інновації.

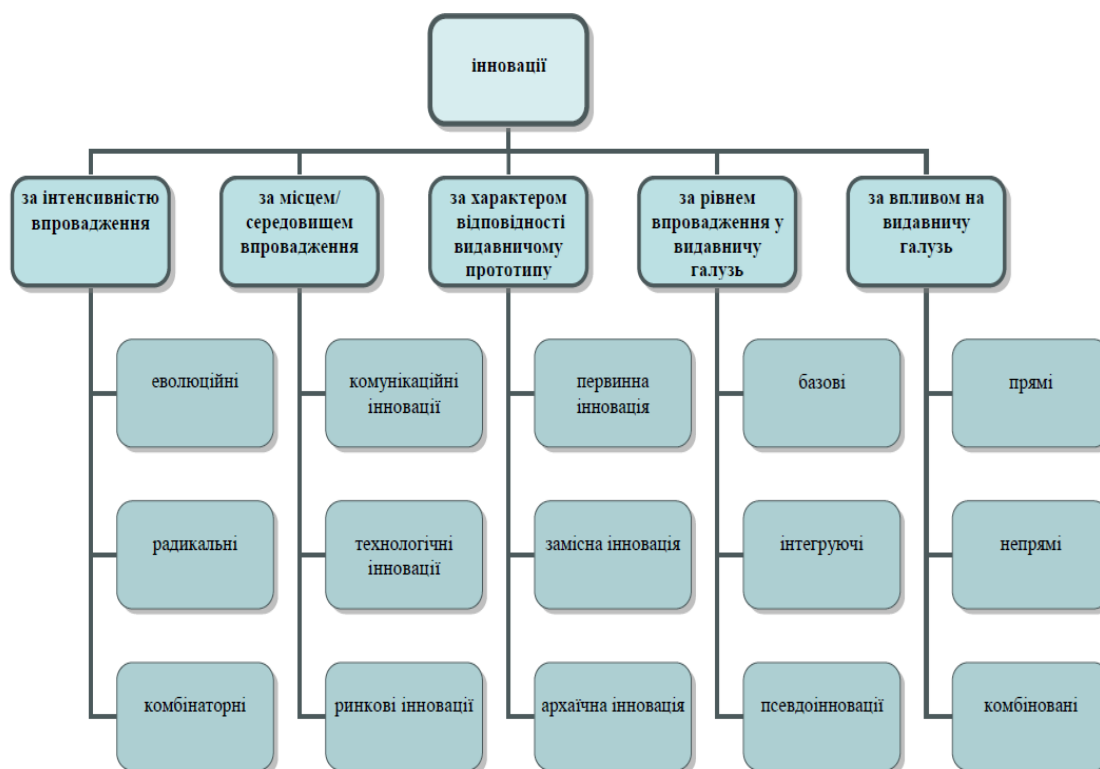


Рис. 2.2. Класифікація видавничих інновацій *

* Розробник – С. А. Водолазька.

Інноваційні технології дали змогу створити продуктивне середовище для безпосередньої взаємодії автора і читача, з можливостями реалізації авторських амбіцій і творчих планів. За базовими бізнес-моделями дослідники виокремлюють серед цифрових видавництв такі: видавництва, що працюють за традиційними моделями видавничого бізнесу; видавництва, що функціонують за цифровими бізнес-моделями. До першої групи належать видавництва, що використовують звичні для традиційних видавців бізнес-моделі, проте спеціалізуються на випуску електронних видань різних типів. До другої групи фахівці зараховують: незалежні компанії із цифрового самвидаву; краудфандингові видавництва; видавництва книг у відкритому доступі, що застосовують цифрові бізнес-моделі, орієнтовані на використання цифрових технологій для створення сервісів для авторів, активне залучення аудиторії до видавничого процесу, збільшення доступності видань для широкого кола читачів.

Важливими ознаками краудфандингу як бізнес-моделі є соціалізація видавничого процесу, можливість забезпечити безпосередню взаємодію між читачами і видавцями, яка реалізується завдяки використанню спеціалізованих цифрових платформ. Краудфандинг передбачає делегування традиційних для видавців функцій «фільтра» авторських матеріалів, соціального інституту, що відповідає за пошук і добір для видання якісних матеріалів, читачам, які фінансують видання, що значно збільшує вплив аудиторії на формування видавничого репертуару.

Незалежні платформи для самвидаву та платформи, створені книгорозповсюджувачами, фактично є альтернативними традиційному книговидаванню бізнес-моделями. Цифровий самвидав на платформах видавництва можна вважати особливою, гібридною формою самвидаву, оскільки цифровий самвидав тісно перетинається з традиційним книговидаванням: видавці використовують його як інструмент для пошуку нових авторів або ж як засіб диверсифікації діяльності за рахунок надання авторам платних видавничих послуг. Такий симбіоз сприяє розвитку інклюзивних видавничих бізнес-моделей. Розвиток самвидаву та краудпаблішингу як інноваційної бізнес-моделі видавничої діяльності сприятиме поглибленню тенденцій поступового переходу видавничої галузі від продуктової моделі (створення – просування – продаж продукту) до сервісної (надання редакційно-видавничих послуг як додаткового сервісу для авторів або читачів, зацікавлених у випуску певного видання та готових його фінансувати).

Новітні видавничі платформи, активна популяризація цифрового контенту стимулюють видавців до кооперації з інтелектуальними агрегаторами, сферою інтернет-технологій та новітніх розробок, не стільки надскладних технологічно, скільки інноваційних за своєю суттю та ідейно. П. Тіль та Б. Мастерс засвідчують особливе «стартапне» мислення сучасного світу, вільне і прогресивне, яке має здатність до навіювання, заохочення продукувати і створювати нові смисли, адже «стартап – це максимальна за кількістю група людей, яку ви зможете заразити своєю ідеєю створення нового, кращого майбутнього». Дослідники наголошують, що основою будь-якого стартапу є людські ресурси – «покоління next» – стартапери, натхненники, здатні до креативного, нестандартного мислення і розв’язання проблем з новими підходами та ідеями.

Видавничі стартапи мають кілька ознак [4, с. 86]:

1) стартапи у видавничому секторі насамперед ураховують корисність і привабливість книжкової продукції для потенційної цільової аудиторії, можливість швидко та безперешкодно отримати/купити таку продукцію та будь-які супутні товари. Вони актуалізують, з одного боку, потреби читача в книжкових онлайн-магазинах із величезним асортиментом нонелектронної продукції, аудіо- та електронних книжок, а з іншого – потреби самих видавців, яким такі стартапи дають змогу вдосконалити канали книгорозповсюдження та прямих продажів. До останніх належить найбільший американський видавничий стартап Amazon та його відповідник в арабськомовному світі – йорданський стартап Jamalon;

2) вони завжди зорієнтовані на запити розвитку видавничого сектора конкретної країни і загальносвітові тенденції (наприклад, французький стартап Studio Luce або ж данський Magma);

3) сучасні стартапи використовують інноваційні можливості сучасних інтернет-комунікацій, зокрема цифрового друку, соціальних мереж, додатків до смартфонів та інших мобільних сервісів. Це, наприклад, характерно для видавничих проєктів Bookvibe, Glose, Scribd, Bookshout, Read Social, ReadUps тощо.

Так, французький видавничий стартап-проект Studio Luce засновано Антуаном і Жульєном Квінами. Це сучасний інструмент цифрового друку на інтерактивних девайсах, покликаний наблизити читачів до видавничої діяльності. Розробники зазначають, що додаток можна використовувати для створення та публікування журнальної продукції, кулінарних інтерактивних книжок. На особливу увагу також заслуговують видання для дітей та підлітків, створені за допомогою цієї платформи. Тобто кожен читач може брати участь у розробці та створенні такого контенту (візуального, інтерактивного). Він власноруч пише текст, робить фото чи відео, цікавиться всіма супутніми процесами цього видавничого продукту. Перспективи читання і купівлі цифрових книжок при цьому значно зростають.

Висувається вимога до стартапів у видавничому бізнесі – залучати й утримувати увагу потенційного читача, відповідати читацьким інтересам аудиторії або й узагалі формувати ці інтереси. Це досить складні завдання, які постають перед сучасним світовим книговидавництвом. Проте чимало проектів саме і спрямовані на те, аби залучити у процес самого читача. Так, наприклад, це відбувається у Scribd. У цьому видавничому стартапі втілено ідею інтернет-обміну інформацією та мобільної цифрової бібліотеки, що дуже зручно для самих реципієнтів. На офіційному сайті проекту зазначено, що «Scribd збирає найкращі книги, аудіокниги та журналістику, щоб допомогти читачам стати кращими. Наша місія – змінити те, як читає світ» [4, с. 87].

Засновники стартапу передбачили можливість формування добірки для читання залежно від індивідуальних уподобань кожного читача.

Завдяки цьому не виникає відчуття, що вам нав'язують що й коли читати. Проект підлаштовується під запити реципієнта, тому він набув такої великої популярності. Нині заснований Тріпом Адлером ще у 2007 р. стартап активно розвивається, залучаючи чимало відомих світових видавничих корпорацій та медіахолдингів у процесі дистрибуції цифрової продукції. Платформа тепер відома далеко за межами Сан-Франциско (первинної цільової аудиторії стартапу) і має послідовників та інтернет-користувачів у всьому світі.

Видавничі стартапи дедалі частіше досягають своєї мети завдяки розробці мобільних версій та соціальній спрямованості. Вони часто створюються як соціальні мережі, де читачам приємно проводити час, читати книжки чи їх анотації, обмінюватися враженнями тощо. Прикладом може слугувати соціальна мережа Glose. Це стартап-платформа, яка об'єднує читачів із понад 200 країн світу. Завантаження додатка дає змогу користувачам читати й переглядати електронні книжки, статті, слухати аудіокниги різноманітної тематики. Засновник мережі Ніколя Прінсен створив її для того, аби люди могли знаходити для себе саме те, що їх цікавить, і читати у вільний час. Сама платформа має презентабельний і легкий для сприйняття дизайн, а слоган на першій сторінці запрошує приєднатись до спільноти: «Вітаємо у найкращому місці для читання книг». Утримати увагу читача розробникам вдається через використання спеціальних візуальних елемен-

тів: цитат із найновіших книг, які у додатку постійно змінюються, рухомої стрічки із картинками-символами обкладинок наявних книжок. До того ж безкоштовна та платна колекції книжок для читання постійно поповнюються, а користувачі можуть залишати миттєві відгуки та рецензії на прочитану літературу.

Стан українських видавничих організацій та підприємств характеризувався до початку пандемії 2020 р. такими тенденціями:

- найпопулярнішими на ринку були видавництва, які першими реагували на зміни та вжили заходів щодо перепланування своєї діяльності відповідно до нових умов («Клуб сімейного дозвілля», «Видавництво Старого Лева», «Фоліо», «Саміт-книга», «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» та ін.);

- стабільними на ринку були видавництва, що виконували замовлення Міністерства освіти і науки України («Підручники і посібники», «Ранок», «Генеза», «Грамота», «Навчальна книга – Богдан» тощо);

- розвивались організації, що активно впроваджували інновації на всіх етапах створення і просування книги («Основи», «КСД», «Книголав» тощо);

- мали стабільний попит на свою книгу нішеві видавництва («Vivat», «Астролябія», «Твердиня», «Родовід» та ін.);

- низка видавництв трималась на ринку завдяки якості книги, мало вдаючись до інноваційних змін і перетворень («Веселка», «Перун», «Пегас», «Підручники та посібники»).

Пандемія 2020 р. спричинила економічну кризу у світі, серед найбільш постраждалих галузей – видавнича.

Так, Українська асоціація видавців та книгорозповсюджувачів у липні 2020 р. оприлюднила результати опитування видавців, яке показало, наскільки книжковий ринок «просів» за перше півріччя 2020 р. [12]. Малі видавництва зменшили видання книжок за назвами на 49 %, а за накладами – на 56 %; середні та великі видавництва, відповідно, зазнали втрат на 43 % за назвами й на 48 % – за накладами.

Сумарні надходження коштів від усіх видів продажу книжкової продукції виявились на 47,9 % меншими за показники першого півріччя 2019 р. Упродовж першого півріччя цього року чисельність штатного персоналу видавництв зменшилась у середньому на 21 %, а фонд заробітної плати – на 37,5 %.

Позитивним фактом називають зростання обсягів продажу книжок через онлайн-сервіси в середньому на понад 120 %.

Падіння за тиражами становить 80 % порівняно з аналогічним періодом минулого року. Найгірший рік в історії української книговидавничої справи доби Незалежності був у 1999 р., коли впродовж року було видано 20 млн книжок разом із підручниками. Нинішній рік – критичний, станом на 31 серпня 2020 р. в Україні видано всього 5,5 млн примірників. Сьогодні офлайн-книгарні не вийшли навіть на 50 % продажів книжок, які були до кризи чи у 2019 р.

Держави світу намагаються підтримати книговидавництва. Так, за даними Міжнародної асоціації видавців, уряд Німеччини надав 20 млн євро безповоротної підтримки німецьким видавництвам. В Україні виділено 150 млн грн – це приблизно 5 млн євро.

16 червня 2020 р. Верховна Рада України ухвалила Закон № 3377 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)», який, зокрема, передбачає внесення змін до Закону України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні», що регламентує діяльність Українського інституту книги.

Ухвалений Закон містить норми, які передбачають можливість і регулюють порядок надання Українським інститутом книги грантів на підтримку проєктів щодо:

- перекладу творів іноземної літератури державною мовою;
- перекладу творів української літератури іноземними мовами;
- підготовки та видання книжкових видань творів української літератури;
- написання авторами (створення) нових літературних творів;
- організації та проведення програм і заходів популяризації читання (книжкових виставок, ярмарків, літературних фестивалів, конкурсів, тематичних акцій, промоційних і комунікаційних кампаній);
- поповнення бібліотечних фондів бібліотек об'єднаних територіальних громад книжковою продукцією.

Добір проєктів, що будуть підтримані Українським інститутом книги, відбуватиметься на конкурсній основі.

В умовах дії обмежень надзвичайної ситуації, надзвичайного стану або карантину Український інститут книги може надавати видавцям гранти інституційної підтримки для їх стабільної діяльності та розвитку. Рішення про надання грантів інституційної підтримки прийматиме наглядова рада Інституту. Порядок надання грантів і типову форму договору має затвердити Міністерство культури та інформаційної політики України.

Також Українському інституту книги делеговані повноваження реалізовувати щорічну програму надання учням закладів загальної середньої освіти сертифікатів на придбання книг.

Законопроект дає змогу Українському інституту книги залучати експертів, у тому числі іноземних, до роботи в експертних радах, з виплатою їм винагороди. Кабінет Міністрів України повинен затвердити методику, що визначає розмір (суми) виплат таким експертам.

Порядок конкурсного відбору експертів має визначити Міністерство культури та інформаційної політики України, а вимоги до кандидатів, критерії конкурсного відбору експертів має встановити в окремому положенні сам Інститут.

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте сучасні тенденції світового книговидання.
2. У чому полягає глобалізація книжкового ринку і високий ступінь концентрації світового книговидання?
3. Охарактеризуйте тенденції у традиційному світовому книговиданні.
4. Як відбувається трансформація видавництв з «книжкових» на «видавничих розважального продукту»?
5. Назвіть тенденції у світовому електронному книговиданні.
6. Охарактеризуйте видавничі стартапи.
7. Наведіть класифікацію інновацій у видавничій справі.
8. Як видавнича справа виживає в період пандемії?

Рекомендовані джерела:

1. Александрова Н. О. Основные тенденции развития современного издательского дела за рубежом / Н. О. Александрова // Культура – искусство – образование : материалы XXXIX Науч.-практ. конф. науч.-пед. работников ин-та. – Челябинск, 2018. – С. 13–15.
2. Бондар Ю. В. Четверта українська. Розвиток видавничої справи у процесі суспільно-політичних трансформацій України Новітнього часу : монографія / Ю. В. Бондар. – К. : Персонал, 2019. – 513 с. – (Видавництво трансформацій ; кн. 4).
3. В яких країнах видають найбільше книжок? (Інфографіка) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/81711/V_jakyh_krajinah_vydujut_najbilshe_knyzhok_INFOGRAFIKA
4. Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців : монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко ; упоряд., наук. ред. Н. М. Вернигора ; Ін-т журналістики Київ. ун-ту ім. Бориса Грінченка. – К., 2019. – 272 с.
5. Водолазька С. А. Видавнича справа за рубежом : навч. посіб. / Водолазька С. А. ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : Київ. ун-т, 2010. – 287 с.
6. Водолазька С. А. Радикальні інновації східноєвропейської видавничої галузі : монографія / С. А. Водолазька. – К. : АВЕГА, 2015. – 369 с.
7. Електронний самвидав набирає обертів у Німеччині: його читає кожен п'ятий власник електронної книги [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unian.ua/science/1039416-elektronniy-samvidav-nabirae-obertiv-u-nimechchini-yogo-chitae-kojen-pyatiy-vlasnik-elektronnoji-knigi.html>
8. Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія / М. І. Женченко. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Жнець, 2019. – 440 с. : табл.

9. Оперативні дані випуску книжкової продукції у 2020 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrbook.net/statistika_.html#period

10. Поціпук О. Тренди й трансформації видавничої галузі як форма адаптації до цільової аудиторії міленіалів [Електронний ресурс] / О. Поціпук // Наук. зап. Ін-ту журналістики. – 2017. – Т. 2. – С. 49–57. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2017_2_8

11. Результати опитування суб'єктів видавничої справи щодо їхньої ділової активності у I півріччі 2020 року порівняно з I півріччям 2019 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://upba.org.ua/index.php/uk/vydavnytstva/item/220-rezultaty-opytuvannia-i-pivrichchi>

12. Татарінова Л. Деякі тенденції розвитку книгодрукування у провідних країнах світу / Л. Татарінова // Вісн. Кн. палати. – 2019. – № 12. – С. 9–16.

13. Теремко В. І. Видавництво – XXI. Виклики і стратегії : монографія / В. І. Теремко. – К. : Академвидав, 2012. – 325 с.

14. Шевченко В. Е. Контент у журналістиці та видавничій справі [Електронний ресурс] / Шевченко В. Е. – Режим доступу : <https://issuu.com/victoryshe/docs/1-1mediacontent1.pptx>

3. СТРУКТУРА ВИДАВНИЧОЇ ГАЛУЗІ: ТЕОРІЯ ВИДАВНИЧИХ ПОЛІВ. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ВИДАВНИЧОЇ ГАЛУЗІ

Медіаіндустрія входить до складу культурних індустрій і, своєю чергою, охоплює аудіовізуальну та видавничу індустрію. Остання в системі культурних індустрій не існує автономно та відокремлено, вона постійно взаємодіє з іншими індустріями в контексті диверсифікації виробництва та розвитку конвергентних процесів у культурних індустріях цифрової доби.

Видавнича галузь – поліморфна динамічна система, яка містить сукупність ознак синергетичних систем: відкритість, нелінійність, ентропійність, невизначеність.

Видавнича галузь – складна система, елементи якої утворюють сектори економіки, що забезпечують створення, оцінювання, відтворення та поширення інформації у формі видань різних видів (книги, газети, журнали) та форматів (електронні та нонелектронні) [1, с. 20].

Теорію «видавничих полів» запропонував американський дослідник видавничої справи Дж. Б. Томпсон.

У вітчизняному книгознавстві М. І. Женченко теорію видавничих полів використовує для обґрунтування неоднозначності та варіативності трансформаційних процесів у межах видавничої галузі (видавничого поля) як сукупності менших полів, кожне з яких має логіку, обумовлену усталеними традиціями та історично сформованими видавничими практиками, функціональним призначенням створюваної видавничої продукції (рис. 3.1).

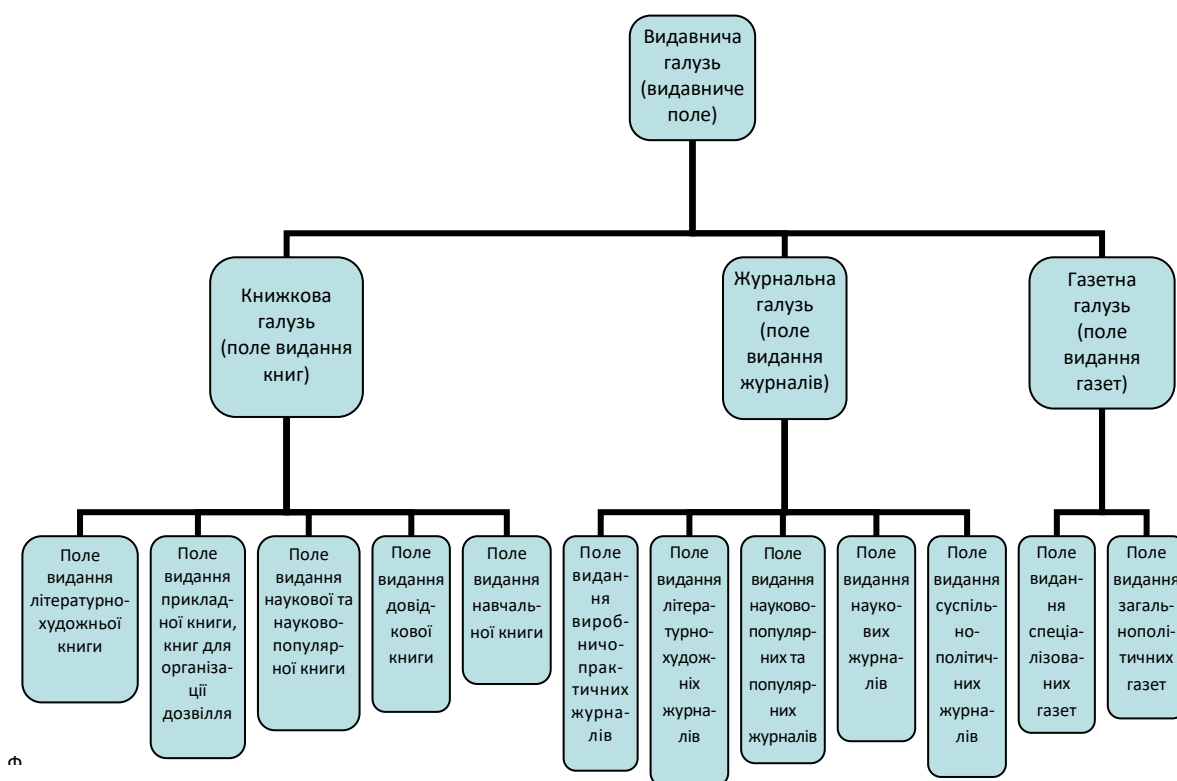


Рис. 3.1. Видавнича галузь як сукупність «видавничих полів»

Кожне поле диференціюється на дрібніші, залежно від читацького призначення, тематичної спрямованості, матеріальної конструкції, інших ознак. Так, на полях видання літературно-художніх журналів або популярних журналів можна виокремити поле видання дитячих журналів, на полі видання виробничо-практичних журналів – поля видання журналів економічної, правової, видавничої проблематики, поле видання навчальної книги – поділяється на поля видання літератури для шкіл, вищих навчальних закладів тощо.

Каталізатором трансформації видавничої галузі став процес цифровізації – використання паралельно з аналоговими цифрових систем передавання, зберігання та опрацювання даних.

На функціонування видавничої галузі на сучасному етапі впливають різні види конвергенції: технічна, контентна, професійно-функціональна, організаційна.

М. І. Женченко виокремлює чотири вектори цифрових трансформацій видавничої галузі (рис. 3.2):

- *ринковий вектор* (видавничий ринок і бізнес-моделі) – формування новітнього суб’єктного середовища цифрового видавничого поля, нових моделей бізнес-діяльності, які розвиваються завдяки соціалізації, підвищенню доступності та відкритості видавничого бізнесу;
- *управлінський вектор* (організація та управління медіавиробництвом) – цифровізація внутрішньоорганізаційної комунікації, управлінських процесів, зміна моделей організації роботи редакцій газет і журналів, книжкових видавництв в умовах мультиплатформного, крос-медійного виробництва;
- *процесуально-технологічний вектор* (технології редакційно-видавничого процесу) – використання цифрових технологій у редакційно-видавничому процесі під час проектування, редакційно-видавничого опрацювання, тиражування, просування і дистрибуції видавничих продуктів і видавничого контенту;
- *продуктний вектор* (видавничі продукти) – тенденції випуску електронних книг у глобальному та національному вимірах, функціонально-типологічна модель електронних видань як нового типу видавничої продукції.

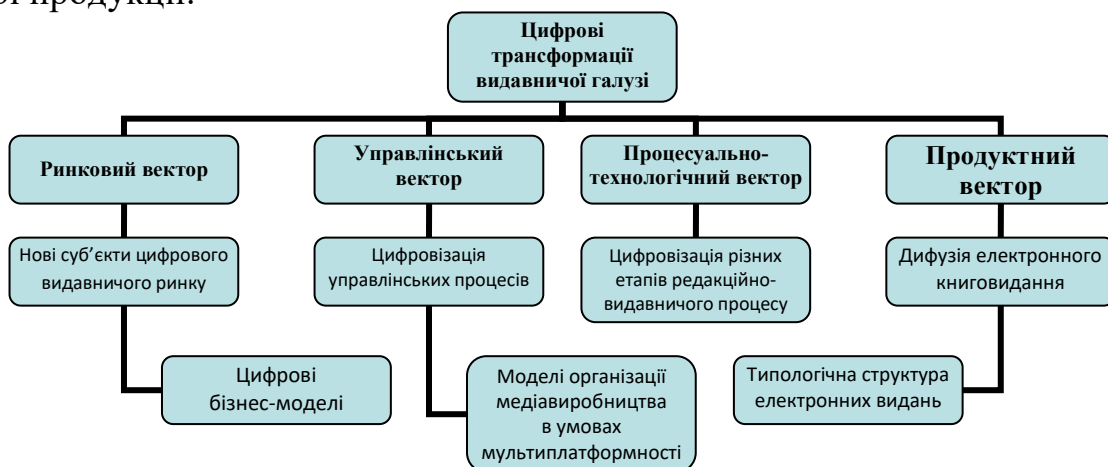


Рис. 3.2. Модель цифрових трансформацій видавничої галузі

Таким чином, видавнича галузь є складною динамічною системою, складовою культурних індустрій та охоплює газетну, журнальну, книжкову індустрію, які, своєю чергою, складаються з безлічі видавничих полів, що логічно функціонують.

Цифровізація видавничої галузі обумовила структурні трансформації видавничого ринку та актуалізувала появу нових суб'єктів цифрової видавничої справи.

Контрольні питання

1. Дайте визначення видавничої галузі.
2. Охарактеризуйте теорію видавничих полів.
3. Назвіть складові видавничих полів.
4. Охарактеризуйте вектори цифрових трансформацій видавничої галузі.

Рекомендовані джерела:

1. Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія / М. І. Женченко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Жнець, 2019. – 440 с. : табл.
2. Морщавка Ю. О. Системна характеристика видавничого процесу [Електронний ресурс] / Ю. О. Морщавка // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2019. – Т. 18, вип. 1. – С. 208–223. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectru_2019_18_1_16
3. Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір : монографія / [В. Судакова та ін.]. – К. : Ін-т культурології НАМ України, 2017. – 351 с.

4. НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА КНИГОВИДАННЯ В УКРАЇНІ

Нормативно-правова база книговидання містить закони і підзаконні акти, що регулюють відносини між учасниками видавничої галузі¹. Відносини у сфері видавничої справи регулюються Конституцією України (254к/96-ВР), Господарським кодексом України (436-15), законами України «Про інформацію» (2657-12), «Про обов'язковий примірник документів» (595-14), «Про авторське право і суміжні права» (3792-12), «Про державну таємницю» (3855-12), «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» (601-15), «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (2782-12), «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» (540/97-ВР), цим Законом та іншими нормативно-правовими актами.

Закон України «Про видавничу справу» (від 05.06.1997 № 318/97-ВР, редакція від 19.07.2017, підстава 1982-VIII) визначає загальні засади видавничої справи, регулює порядок організації та провадження видавничої діяльності, виготовлення та розповсюдження видавничої продукції, умови взаємовідносин і функціонування суб'єктів видавничої справи.

Відповідно до Закону, «видавнича справа – провадження або поєднання суб'єктами господарювання таких видів діяльності: видавничої діяльності, виготовлення видавничої продукції, розповсюдження видавничої продукції» (ст. 1).

Видавнича справа спрямована на (ст. 3):

- задоволення потреб особи, суспільства, держави у видавничій продукції та отримання прибутку від цього виду діяльності;
- створення можливостей для самовиявлення громадян як авторів незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак;
- забезпечення права на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань;
- сприяння національно-культурному розвитку українського народу шляхом збільшення загальної кількості тиражів, обсягів та розширення тематичного спрямування українського книговидання;
- забезпечення доступу українського суспільства до загальнолюдських цінностей шляхом перекладу державною мовою кращих здобутків світової літератури, науки тощо, налагодження співпраці з іноземними видавництвами, українською діаспорою, укладення відповідних міжнародних угод;
- випуск видань мовами національних меншин України для задоволення їхніх культурно-освітніх потреб;

¹ Повний перелік нормативно-правових документів подано на сайті Державної наукової установи «Книжкова палата України імені Івана Федорова» (<http://www.ukrbook.net/vidavc.html>).

- збільшення кількості видань іноземними мовами, які поширювали б у світі знання про Україну;
- сприяння закордонним українцям у забезпеченні вітчизняними виданнями».

Перелік нормативно-правових документів у галузі видавничої справи станом на серпень 2020 р. наведено в табл. 4.1.

Таблиця 4.1

**Перелік нормативно-правових документів
у галузі видавничої справи**

Загальне законодавство України		
<i>Закони України</i>		
1	Про забезпечення функціонування української мови як державної	Закон України від 25.04.2019 № 2704-VIII
2	Про внесення зміни до Податкового кодексу України щодо підготовки, виготовлення, розповсюдження книжок та періодичних видань друкованих засобів масової інформації вітчизняного виробництва	Закон України від 13 лютого 2015 р. № 206-VIII
3	Про публічні закупівлі	Закон України від 25.12.2015 № 922-VIII
4	Про захист суспільної моралі	Закон України від 20.11.2003 № 1296-IV
5	Про обов'язковий примірник документів	Закон України від 09.04.1999 № 595-XIV
6	Про видавничу справу	Закон України від 05.06.1997 № 318/97-ВР
7	Про рекламу	Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР
8	Податковий кодекс України (витяг: ст. 1, 197)	Кодекс податковий (витяг: ст. 1, 197) від 02.12.2010 № 2755-VI
9	Кодекс України про адміністративні правопорушення (витяг: ст. 1, 186)	Кодекс України про адміністративні правопорушення (витяг: ст. 1, 186) від 07.12.1984 № 8073-X
<i>Укази Президента України</i>		
10	Про невідкладні заходи щодо зміцнення державного статусу української мови та сприяння створенню єдиного культурного простору України	Указ Президента України від 31.05.2018 № 156/2018

11	Питання щодо використання державних символів України	Указ Президента України від 09.02.2001 № 79/2001
Постанови Кабінету Міністрів України		
12	Про внесення змін до порядків, затверджених постановами Кабінету Міністрів України від 5 квітня 2017 р. № 235 і 262	Постанова Кабінету Міністрів України від 15 травня 2019 р. № 396
13	Про приєднання до Статуту Міжнародного центру реєстрації серіальних видань (Міжнародного центру ISSN)	Постанова Кабінету Міністрів України від 06.03.2019 № 163
14	Положення про Національний репозитарій академічних текстів	Постанова Кабінету Міністрів України від 19.07.2017 № 541
15	Про затвердження Порядку вилучення з обігу видавничої продукції, що має походження або виготовлена та/або ввозиться з території держави-агресора, тимчасово окупованої території України та розповсюджується на території України без відповідного дозволу	Постанова Кабінету Міністрів України від 05.04.2017 № 235
16	Деякі питання видачі (відмови у видачі, анулювання) дозволу на ввезення видавничої продукції, що має походження або виготовлена та/або ввозиться з території держави-агресора, тимчасово окупованої території України	Постанова Кабінету Міністрів України від 05.04.2017 № 262
17	Про припинення використання Бібліотечно-бібліографічної класифікації та впровадження Універсальної десяткової класифікації	Постанова Кабінету Міністрів України від 22.03.2017 № 177
18	Про затвердження Порядку ведення Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції	Постанова Кабінету Міністрів України від 10.03.2017 № 135
19	Про визнання такими, що втратили чинність, постанов Ради Міністрів УРСР у сфері телебачення і радіомовлення, інформаційній та видавничій сфері	Постанова Кабінету Міністрів України від 19.10.2016 № 729

20	Про впорядкування транслітерації українського алфавіту латиницею	Постанова Кабінету Міністрів України від 27.01.2010 № 55
21	Про затвердження Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу	Постанова Кабінету Міністрів України від 26.05.2004 № 693
22.	Про порядок доставляння обов'язкових примірників документів	Постанова Кабінету Міністрів України від 10.05.2002 № 608
23	Про впровадження штрихового кодування товарів	Постанова Кабінету Міністрів України від 29.05.1996 № 574
<i>Розпорядження Кабінету Міністрів України</i>		
24	Про створення Національного репозитарію академічних текстів	Розпорядження Кабінету Міністрів України від 22.07.2016 № 504-р
<i>Рішення інших відомств</i>		
25	Щодо віднесення друкованої, аудіовізуальної, електронної та іншої продукції, а також переданих та отриманих по комунікаційних лініях повідомлень та матеріалів до продукції, що містить елементи еротики	Рішення/Рекомендації Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі від 28.02.2013 № 17
26	Про затвердження Рекомендацій щодо віднесення друкованої, аудіовізуальної, електронної та іншої продукції, а також переданих та отриманих по комунікаційних лініях повідомлень та матеріалів до продукції, що містить елементи насильства та жорстокості	Рішення Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі від 28.02.2013 № 16
<i>Накази Державного комітету телебачення і радіомовлення України</i>		
27	Щодо СОУ 18.1-02477019-07:2015 «Поліграфія. Підручники і навчальні посібники для загальноосвітніх навчальних закладів»	Наказ від 23 жовтня 2019 р. № 434
28	Про затвердження Інструкції з оформлення матеріалів про адміністративні правопорушення Державним комітетом телебачення і радіомовлення України	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 17.01.2019 № 23
29	Про затвердження стратегічних планів розвитку державних видавництв, що належать до сфери управління Держкомтелерадіо на 2018–2021 роки	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 08.06.2018 № 352

30	Про затвердження Порядку накладення Державним комітетом телебачення і радіомовлення України адміністративно-господарських штрафів	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 17.10.2017 № 384
31	Про затвердження Рекомендацій з підготовки рецензії щодо оцінки та характеристики змісту видання	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 21.04.2017 № 69
32	Про заходи з впровадження Універсальної десяткової класифікації	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 3.04.2017 № 60
33	Про затвердження Критеріїв оцінки видавничої продукції, що дозволена до розповсюдження на території України	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 03.03.2017 № 47
34	Про затвердження Положення про експертну раду Державного комітету телебачення і радіомовлення України з питань аналізу та оцінки видавничої продукції щодо віднесення її до такої, яка не дозволена до розповсюдження на території України	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 31.01.2017 № 21
35	Про зміни позначень стандартів	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 5.11.2015 № 338
Накази інших відомств		
36	Про затвердження Регламенту роботи Національного репозитарію академічних текстів	Наказ Міністерства освіти і науки України від 04.07.2018 № 707
37	Про затвердження критеріїв віднесення продукції до такої, що має порнографічний характер	Наказ Міністерства культури України від 16.03.2018 № 212
38	Про скасування міждержавних стандартів в Україні, які розроблені до 1992 року	Наказ Державного підприємства «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» від 5.11.2015 № 146

39	Про затвердження Положення про штрихове кодування товарів	Наказ/Положення Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 20.08.2002 № 255
<i>Листи</i>		
40	Щодо необхідності отримання підтверджуючих документів на право користування пільгою по податку на додану вартість	Лист Державної податкової адміністрації України від 18.11.2002
Друковані засоби масової інформації		
<i>Закони України</i>		
1	Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації	Закон України від 24.12.2015 № 917-VIII
2	Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів	Закон України від 23.09.1997 № 540/97-ВР
3	Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації	Закон України від 23.09.1997 № 539/97-ВР
4	Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні	Закон України від 16.11.1992 № 2782-XII
<i>Укази Президента України</i>		
5	Про інформаційний бюлетень «Офіційний вісник Президента України»	Указ Президента України від 12.02.2007 № 101/2007
6	Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, подальшого утвердження свободи слова в Україні	Указ Президента України від 09.12.2000 № 1323/2000
7	Про порядок офіційного оприлюднення нормативно-правових актів та набрання ними чинності	Указ Президента України від 10.06.1997 № 503/97
8	Про видання збірників актів законодавства України	Указ Президента України від 22.01.1996 № 73/96
<i>Розпорядження Президента України</i>		
9	Про додаткові заходи щодо вдосконалення порядку проведення передплати друкованих періодичних видань	Розпорядження Президента України від 04.01.2003 № 1/2003-рп

<i>Постанови Верховної Ради України</i>		
10	Про затвердження Положення про акредитацію журналістів і технічних працівників засобів масової інформації при Верховній Раді України	Постанова Верховної Ради України від 1 липня 2014 р. № 1549-VII
11	Про Рекомендації парламентських слухань «Про стан свободи слова у регіональних засобах масової інформації»	Постанова Верховної Ради України від 13.05.2010 № 2253-VI
12	Про державну підтримку газет, що видаються мовами національних меншин	Постанова Верховної Ради України від 06.02.2003 № 528-IV
<i>Постанови Кабінету Міністрів України</i>		
13	Про приєднання до Статуту Міжнародного центру реєстрації серіальних видань (Міжнародного центру ISSN)	Постанова Кабінету Міністрів України від 06.03.2019 № 163
14	Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для здійснення загальнодержавних заходів у сферах культури та мистецтв, охорони культурної спадщини, вивезення, ввезення і повернення культурних цінностей, державної мовної політики, міжнаціональних відносин, релігії та захисту прав національних меншин	Постанова Кабінету Міністрів України від 18 квітня 2018р. № 338
15	Про затвердження переліку друкованих засобів масової інформації та редакцій, реформування яких здійснюється на першому етапі	Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2016 № 848
16	Про затвердження Порядку виплати одноразової грошової допомоги у разі загибелі (смерті) або поранення (контузії, травми або каліцтва) журналіста під час виконання ним професійних обов'язків	Постанова Кабінету Міністрів України від 02.11.2016 № 776
17	Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для фінансової підтримки творчих спілок у сфері засобів масової інформації, преси	Постанова Кабінету Міністрів України від 27.04.2011 № 449

18	Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для відшкодування витрат державних підприємств зв'язку, пов'язаних з розповсюдженням вітчизняних періодичних друкованих видань	Постанова Кабінету Міністрів України від 17.03.2011 № 275
19	Про затвердження Програми розвитку виробництва газетного та друкарського видів паперу в Україні для задоволення потреб друкованих засобів масової інформації	Постанова Кабінету Міністрів України від 28.05.2001 № 596
20	Про державну реєстрацію друкованих засобів масової інформації, інформаційних агентств та розміри реєстраційних зборів	Постанова Кабінету Міністрів України від 17.11.1997 № 1287
<i>Розпорядження Кабінету Міністрів України</i>		
21	Про нормативи мінімального забезпечення сіл, селищ та міст кіосками з продажу друкованих засобів масової інформації (преси)	Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.09.2009 № 1140-р
<i>Накази Державного комітету телебачення і радіомовлення України</i>		
22	Про затвердження Порядку формування Зведеного переліку об'єктів реформування	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 10.03.2016 № 65
23	Про затвердження Порядку формування переліку друкованих засобів масової інформації та редакцій, що підлягають реформуванню на першому етапі	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 25.01.2016 № 34
24	Про затвердження Положення про Всеукраїнський конкурс професійної майстерності працівників телебачення, радіомовлення, преси та видавничої справи «Людина і зброя»	Наказ Державного комітету телебачення та радіомовлення України від 3.09.2015 № 214
25	Про затвердження Порядку надання державної фінансової підтримки друкованим засобам масової інформації	Наказ/Порядок Державного комітету телебачення та радіомовлення України від 13.05.2015 № 98

26	Про проведення щорічного Всеукраїнського конкурсу на краще періодичне видання для дітей та юнацтва	Наказ/Положення Державного комітету телебачення та радіомовлення України від 16.07.2007 № 279
27	Про проведення щорічного конкурсу на краще представлення української книги в друкованих та електронних засобах масової інформації	Наказ Державного комітету телебачення та радіомовлення України від 16.07.2007 № 278
Накази інших відомств		
28	Про затвердження Тарифів на приймання та доставку вітчизняних періодичних друкованих видань за передплатою	Наказ Міністерства інфраструктури України від 09.09.2019 № 686
29	Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України	Наказ Міністерства освіти і науки України від 15.01.2018 № 32
30	Про заходи щодо надання адміністративних послуг у сфері реєстрації (легалізації, прийняття повідомлення про утворення) об'єднань громадян, інших громадських формувань, статутів та друкованих засобів масової інформації	Наказ Міністерства юстиції України від 7.09.2015 № 1661/5
31	Про затвердження Положення про Державний реєстр друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності	Наказ/Положення Міністерства юстиції України від 21.06.2007 № 412/5
32	Про затвердження Положення про державну реєстрацію друкованих засобів масової інформації в Україні та Положення про державну реєстрацію інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності	Наказ/Положення Міністерства юстиції України від 21.02.2006 № 12/5
33	Про затвердження Правил розповсюдження періодичних друкованих видань	Наказ/Правила Державного Комітету зв'язку України, Міністерства інформації України, Міністерства транспорту України від 10.12.1998 № 169/81/492

<i>Листи</i>		
34	Щодо можливості оприлюднення реклами в друкованих засобах масової інформації російською мовою	Лист Державного комітету телебачення та радіомовлення України від 22.04.2004 № 2041/34/5-1
35	Щодо віднесення до складу валових витрат платника податку передплати періодичних видань	Лист Державної податкової адміністрації України від 26.09.2003 № 8109/6/15-1116
Книговидання		
<i>Закони України</i>		
1	Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні	Закон України від 06.03.2003 № 601-IV
<i>Укази Президента України</i>		
2	Про деякі заходи щодо державної підтримки книговидавничої справи і популяризації читання в Україні	Указ Президента України від 19.06.2013 № 336/2013
3	Про щорічну премію Президента України «Українська книжка року»	Указ Президента України від 16.12.2009 № 1058/2009
4	Про деякі заходи щодо популяризації класичної української літератури та збереження літературної і культурної спадщини	Указ Президента України від 22.04.2009 № 260/2009
5	Про деякі заходи з розвитку книговидавничої справи в Україні	Указ Президента України від 21.03.2006 № 243/2006
<i>Постанови Верховної Ради України</i>		
6	Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Проблеми розвитку українського книговидавництва, книгорозповсюдження та перспективи підтримки книгочитання в Україні»	Постанова Верховної Ради України від 19.11.2013 № 695-VII
<i>Постанови Кабінету Міністрів України</i>		
7	Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті Українському інституту книги для підтримки книговидавничої справи та популяризації української літератури у світі	Постанова Кабінету Міністрів України від 12.06.2019 № 638

8	Про затвердження Порядку затвердження словників з українського правопису як загальнообов'язкових довідкових посібників при використанні української мови та офіційного видання таких довідників	Постанова Кабінету Міністрів України від 22.04.2013 № 298
9	Про затвердження Порядку формування державного замовлення на випуск друкованої продукції та її розповсюдження	Постанова Кабінету Міністрів України від 12.09.2012 № 850
10	Про затвердження Порядку визначення обсягу книжкової продукції державною мовою, підготовка, випуск та/або розповсюдження якої здійснюється вітчизняними видавництвами і підприємствами розповсюдження книжкової продукції для укладення договорів оренди приміщень	Постанова Кабінету Міністрів України від 17.06.2009 № 597
11	Про підтримку діяльності творчих спілок та книговидавничої справи	Постанова Кабінету Міністрів України від 02.10.2003 № 1539
<i>Рішення інших відомств</i>		
12	Щодо забезпечення належних умов розповсюдження друкованої (книжкової) продукції сексуального чи еротичного характеру, що містить елементи насильства та жорстокості	Рішення Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі від 29 квітня 2013 р. № 43
<i>Накази Державного комітету телебачення і радіомовлення України</i>		
13	Про затвердження форм звітності № 1-В (книги) (квартальна) «Звіт про випуск книжкової продукції», № 1-В (ЗМІ) (піврічна) «Звіт про випуск продукції друкованих засобів масової інформації» та інструкцій щодо їх заповнення	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 09.01.2014 № 1
14	Про затвердження Положення про Всеукраїнський конкурс «Краща книга України»	Наказ/Положення Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 04.07.2012 № 179

15	Про затвердження нормативної документації про норми витрат матеріалів та норми часу й виробітку для поліграфічної галузі	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 14.06.2011 № 144
16	Про затвердження форми довідки про випуск та/або розповсюдження не менше 50 відсотків книжкової продукції державною мовою	Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 06.07.2009 № 244
Накази інших відомств		
17	Про надання грифа «Рекомендовано Міністерством освіти і науки України»	Наказ Міністерства освіти і науки України від 04.09.2019 № 1178
18	Про внесення змін до Положення про електронний підручник	Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.05.2019 № 748
19	Про затвердження Положення про конкурсний відбір проектів електронних підручників для закладів загальної середньої освіти	Наказ Міністерства освіти і науки України від 17.07.2018 № 790
20	Про затвердження Положення про електронний підручник	Наказ Міністерства освіти і науки України від 02.05.2018 № 440
21	Про поліпшення якості навчальних видань	Наказ Міністерства освіти і науки України від 04.11.2016 № 1332
22	Деякі питання скасування процедури надання Міністерством освіти і науки грифів навчальній літературі для вищих навчальних закладів	Наказ Міністерства освіти і науки України від 18.04.2014 № 486
23	Про затвердження Порядку надання навчальній літературі, засобам навчання і навчальному обладнанню грифів та свідоцтв Міністерства освіти і науки України	Наказ Міністерства освіти і науки України від 17.06.2008 № 537
24	Про затвердження Державних санітарних норм і правил «Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей»	Наказ Міністерства охорони здоров'я від 18 січня 2007 р. № 13
25	Про затвердження Порядку надання Державної фінансової підтримки виданням літературно-художнього напрямку	Наказ/Порядок Міністерства культури і туризму України від 12.12.2005 № 1023

<i>Листи</i>		
26	Щодо рекомендацій з навчально-методичного забезпечення	Лист Міністерства освіти і науки України від 09.07.2018 № 1/9-434
27	Щодо уніфікації оформлення сторінок підручників для першого класу	Лист Державної наукової установи «Інститут модернізації змісту освіти» від 15.06.2018 № 22.1/10-1962
28	Щодо уніфікації оформлення сторінок підручників	Лист Міністерства освіти і науки України від 30.05.2018 № 22.1/10-1692
29	Щодо оформлення окремих структурних компонентів підручників для 1 класу закладів загальної середньої освіти	Лист Міністерства освіти і науки України від 04.04.2018 № 1/9-207
30	Про окремі технічні вимоги до підручників для 1 класу закладів загальної середньої освіти, що видаватимуться за кошти державного бюджету у 2018 році	Лист Міністерства освіти і науки України від 14.02.2018 № 1/11-1621
31	Методичні рекомендації щодо дизайну та поліграфічного виконання підручників для першого класу	Лист Міністерства освіти і науки України від 31.01.2018 № 1/9-68
32	Щодо підготовки підручників для 1 класу закладів загальної середньої освіти	Лист Міністерства освіти і науки України від 11.01.2018 № 1/11-402
33	Щодо тлумачення терміна «видання (книга) вітчизняного виробництва»	Лист Державної податкової служби України від 01.03.2013 № 1232/А-15-3114
34	Щодо розмежування понять «видання українського виробництва» та «видання іноземного виробництва»	Лист Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 20.11.2012 № 3812-05/43846-14
35	Щодо тлумачення терміна «видання (книга) вітчизняного виробництва»	Лист Державного комітету телебачення та радіомовлення від 07.11.2012 № 5860/35/4

Авторське право і суміжні права		
<i>Закони України</i>		
1	Про ефективне управління майновими правами правовласників у сфері авторського права і/або суміжних прав	Закон України від 15.05.2018 № 2415-VIII
2	Цивільний кодекс України (витяг)	Кодекс цивільний від 16.01.2003 № 435-IV
3	Про приєднання України до Договору Всесвітньої організації інтелектуальної власності про авторське право	Закон України від 20.09.2001 № 2733-III
4	Про приєднання України до Бернської конвенції про охорону літературних і художніх творів (Паризького акта від 24 липня 1971 р., зміненого 2 жовтня 1979 р.)	Закон України від 31 травня 1995 р. № 189/95-ВР
5	Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів	(Паризький акт від 24 липня 1971 р., змінений 2 жовтня 1979 р.) набрала чинності для України 25 жовтня 1995 р.
6	Про ратифікацію Угоди про співробітництво в галузі охорони авторського права і суміжних прав	Закон України від 27 січня 1995 р. № 34/95-ВР
7	Про авторське право і суміжні права	Закон України від 23.12.1993 № 3792-XII
<i>Постанови Кабінету Міністрів України</i>		
8	Про утворення Ради з питань інтелектуальної власності	Постанова Кабінету Міністрів України від 07.02.2018 № 90
9	Деякі питання оптимізації діяльності центральних органів виконавчої влади державної системи правової охорони інтелектуальної власності	Постанова Кабінету Міністрів України від 23.08.2016 № 585
10	Про затвердження національного стандарту № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності»	Постанова Кабінету Міністрів України від 03.10.2007 № 1185
11	Про затвердження мінімальних ставок винагороди (роялті) за використання об'єктів авторського права і суміжних прав	Постанова Кабінету Міністрів України від 18.01.2003 № 72
12	Про державну реєстрацію авторського права і договорів, які стосуються права автора на твір	Постанова Кабінету Міністрів України від 27.12.2001 № 1756

<i>Розпорядження Кабінету Міністрів України</i>		
13	Про затвердження плану заходів з реалізації Концепції реформування державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні	Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2016 р. № 632-р
14	Про схвалення Концепції реформування державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні	Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.06.2016 № 402-р
<i>Накази інших відомств</i>		
15	Про затвердження Положення про авторське право в картографії	Наказ Головного управління геодезії, картографії та кадастру при Кабінеті Міністрів України від 26.08.1997 № 85/41
<i>Листи</i>		
16	Про авторське право та розпорядження майновими правами інтелектуальної власності	Лист Державного департаменту інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки України від 04.07.2007 № 16-07/2971
<i>Інше</i>		
17	Про застосування судами норм законодавства у справах про захист авторського права і суміжних прав	Постанова Пленуму Верховного Суду України від 04.06.2010 № 5

Перелік чинних нормативних документів зі стандартизації в галузі видавничої справи станом на серпень 2020 р. наведено в табл. 4.2.

Таблиця 4.2

**Перелік чинних нормативних документів зі стандартизації
в галузі видавничої справи**

<i>Національні стандарти України</i>	
1	ДСТУ 3003:2006. Технологія поліграфічних процесів. Терміни та визначення понять. – На заміну ДСТУ 3003-95; чинний від 2007-07-01
2	ДСТУ 3008:2015. Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання. – На заміну ДСТУ 3008-95; чинний від 2017-07-01
3	ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. – На заміну ДСТУ 3017-95; чинний від 2016-07-01

4	ДСТУ 3145-95. Коди та кодування інформації. Штрихове кодування. Загальні вимоги. – Вперше; чинний від 1996-01-01
5	ДСТУ 3582:2013. Інформація та документація. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила (ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). – На заміну ДСТУ 3582-97; чинний від 2014-01-01
6	ДСТУ 3772:2013. Оригінали для поліграфічного відтворення. Загальні технічні вимоги. – На заміну ДСТУ 3772-98; чинний від 2014-07-01
7	ДСТУ 3814:2013. Інформація та документація. Видання. Міжнародна стандартна нумерація книг (ISO 2108:2005, NEQ). – На заміну ДСТУ 3814-98; чинний від 2014-01-01
8	ДСТУ 3934-99. Матеріали й устаткування поліграфічні. Терміни та визначення. – Вперше; чинний від 2001-01-01
9	ДСТУ 4419:2005. Інформація і документація. Документи аудіовізуальні. Терміни та визначення понять. – Вперше; чинний від 2006-01-07
10	ДСТУ 4489:2005. Видання книжкові та журнальні. Вимоги до форматів. – Вперше (зі скасуванням ГОСТ 5773-90); чинний від 2006-10-01
11	ДСТУ 4515:2006. Інформація та документація. Видання. Міжнародна стандартна нумерація серіальних видань (ISO 3297:1998, NEQ). – Вперше(зі скасуванням ГОСТ 7.56-89); чинний від 2007-07-01
12	ДСТУ 4826:2007. Інформація та документація. Видання інформаційні. Загальні вимоги. – Вперше (зі скасуванням ГОСТ 7.23-80); чинний від 2009-01-01
13	ДСТУ 4861:2007. Інформація та документація. Видання. Вихідні відомості (ISO 8:1977, NEQ; ISO 1086:1991, NEQ; ISO 7275:1985, NEQ). – Вперше (зі скасуванням ГОСТ 7.4-86, ГОСТ ЭД 1 7.4-90); чинний від 2009-01-01
14	ДСТУ 6095:2009. Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Правила скорочення заголовків і слів у заголовках публікацій (ГОСТ 7.88-2003, MOD). – Вперше; чинний від 2009-07-01
15	ДСТУ 7093:2009. Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Скорочення слів і словосполук, поданих іноземними європейськими мовами (ГОСТ 7.11-2004 (ISO 832:1994), MOD; ISO 832:1994, MOD). – Зі скасуванням ГОСТ 7.11-78. – Чинний від 2010-04-01
16	ДСТУ 7152:2010. Інформація та документація. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках. – Зі скасуванням ГОСТ 7.5-88; чинний від 2010-10-01

17	ДСТУ 7157:2010. Інформація та документація. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості. – Вперше; чинний від 2010-07-01
18	ДСТУ 7342:2013. Інформація та документація. Видавнича анотація. Правила складання та подання у виданнях. – Вперше; чинний від 2014-01-01
19	ДСТУ 7343:2013. Інформація та документація. Видання. Міжнародна стандартна нумерація нотних видань (ISO 10957:2009, NEQ). – Вперше; чинний від 2014-01-01
20	ДСТУ 7449:2013. Шрифти друкарські (на кириличній та латинській графічних основах). Групи. Місткість. – Вперше (зі скасуванням в Україні ГОСТ 3489.1-71). – Чинний від 2014-07-01
21	ДСТУ 8299:2015. Інформація та документація. Знак охорони авторського права. Правила подання у виданнях. – Вперше; чинний від 2017-07-01
22	ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. – Вперше; чинний від 2016-07-01. (Перевидано з поправками). <i>Про внесення поправок у ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»</i>
23	ДСТУ 8344:2015. Інформація та документація. Видання. Основні елементи. Терміни та визначення понять. – Вперше (зі скасуванням ДСТУ 3018-95); чинний від 2017-07-01
24	ДСТУ 8602:2015. Інформація та документація. Статистичний облік випуску видань. Основні положення. – Вперше; чинний від 2017-07-01
<i>Національні стандарти України, через які впроваджено міждержавні стандарти (ГОСТ) методом перевидання</i>	
25	ДСТУ ГОСТ 7.1:2006. Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання (ГОСТ 7.1-2003, IDT). – Зі скасуванням ГОСТ 7.1-84, ГОСТ 7.16-79, ГОСТ 7.18-79, ГОСТ 7.34-81, ГОСТ 7.40-82; чинний від 2007-07-01
26	ДСТУ ГОСТ 7.80:2007. Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Заголовок. Загальні вимоги та правила складання (ГОСТ 7.80-2000, IDT). – Вперше; чинний від 2008-04-01
27	ДСТУ ГОСТ 7.84:2008. Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Видання. Обкладинки та палітурки. Загальні вимоги та правила оформлення (ГОСТ 7.84-2002, IDT). – Вперше; чинний від 2009-01-01

28	ДСТУ ГОСТ 7.85:2003. Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Міжнародний стандартний номер технічного звіту (ГОСТ 7.85-2003 (ИСО 20444-94), IDT). – Вперше; чинний від 2004-07-01
29	ГОСТ 7.12-93. Система стандартів по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила. – Взамен ГОСТ 7.12-77; введ. 1995-07-01
Галузеві стандарти України	
30	КД 29.06-2001. Оформлення та поліграфічне виконання друкованих засобів масової інформації. – Вперше; чинний від 2001-04-01
31	КД 29.07:2006. Порядок розроблення і реєстрації зразків-еталонів товарів народного вжитку поліграфічного виробництва. – На заміну Тимчасового положення від 01.07.1991; чинний від 2006-08-01
32	КД 29.08:2007. Підготовка виробництва до атестації в системі УкрСЕПРО для випуску підручників і навчальних посібників: метод. інструкція. – Вперше; чинний від 2008-03-27
33	СОУ 18.1-02477019-01:2015. Картки образотворчі немарковані. Технічні умови. – Зі скасуванням ТУ 29.01-26-90; чинний від 2004-10-01
34	СОУ 18.1-02477019-02:2015. Видання аркушеві. Технічні умови (зі зміною № 1). – На заміну ОСТ 29.32-77, ТУУ 29.008-95; чинний від 2005-10-01
35	СОУ 18.1-02477019-03:2015. Газети. Технічні умови (зі зміною № 1). – На заміну ГСТУ 29.3-2000; чинний від 2006-01-01
36	СОУ 18.1-02477019-04:2015. Альбоми. Технічні умови. – Зі скасуванням ОСТ 29.12-75; чинний від 2006-09-01
37	СОУ 18.1-02477019-05:2015. Відбитки. Денситометричні норми. Методика визначення. – На заміну ОСТ 29.66-90; чинний від 2006-09-01
38	СОУ 18.1-02477019-06:2015. Журнали. Технічні умови (зі зміною № 1). – На заміну ГСТУ 29.1-97; чинний від 2007-02-01
39	СОУ 18.1-02477019-07:2015. Поліграфія. Підручники і навчальні посібники для загальноосвітніх навчальних закладів. Загальні технічні вимоги (зі зміною № 1). – На заміну СОУ 22.2-02477019-07:2007; чинний від 2013-01-03
40	СОУ 18.1-02477019-08:2017. Вироби друковані канцелярські паперові чи картонні. Загальні технічні вимоги (зі зміною № 1). – На заміну СОУ 22.2-02477019-08:2007; чинний від 2013-08-01
41	СОУ 18.1-02477019-09:2015. Видання. Видавниче оформлення і поліграфічне виконання. Показники якості. – Вперше; чинний від 2007-12-25

42	СОУ 18.1-02477019-10:2015. Фарби поліграфічні. Методи випробувань. – На заміну ОСТ 29.123-90; чинний від 2008-06-17
43	СОУ 18.1-02477019-11:2014. Видання для дітей. Загальні технічні вимоги. – На заміну СОУ 22.2-02477019-11:2008; чинний від 2014-25-06
44	СОУ 18.1-02477019-12:2015. Бланки облікової та звітної документації. Технічні умови. – На заміну ТУУ 29.010-95; чинний від 2008-12-01
45	СОУ 18.1-02477019-13:2015. Поліграфія. Контрольні шкали. Типи. – На заміну ОСТ 29.50-79; чинний від 2009-04-29
46	СОУ 18.1-02477019-14:2015. Видання книжкові. Технічні умови. – На заміну ГСТУ 29.5-2001; чинний від 2009-11-01
47	СОУ 18.1-02477019-15:2015. Поліграфія. Обкладинки та палітурки. Типи. – На заміну ГСТУ 29.4-2001; чинний від 2010-11-01
48	СОУ 18.1-02477019-16:2015. Календарі друковані. Технічні умови. – На заміну ТУУ 29.005-95; чинний від 2010-11-01
49	СОУ 22.2-02477019-17:2011. Організаційно-розпорядча документація загальноосвітнього навчального закладу. Технічні умови. – Вперше; чинний від 2011-05-10
50	ДСанПіН 5.5.6-138-2007. Державні санітарні норми і правила. Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей. – На заміну ДСанПіН 5.5.6.084-2002; чинний від 2007-02-09
51	СОУ 18.1-02477019-07:2015. Поліграфія. Підручники і навчальні посібники для загальноосвітніх навчальних закладів зі зміною № 1 та поправкою № 1

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте нормативно-правову базу українського книговидання.
2. Назвіть основні положення Закону України «Про видавничу справу».
3. Якими стандартами керуються в галузі видавничої справи в Україні?

Рекомендовані джерела:

1. Оформлення вихідних відомостей у виданнях : метод. рек. / [уклад. Г. М. Плиса] ; Держ. наук. установа «Кн. палата України ім. Івана Федорова». – Вид. 7-ме, без змін. – К. : Кн. палата України, 2018. – 69 с.
2. Палеха Ю. І. Стандартизація в документально-інформаційній, бібліотечній, архівній та видавничій справі : навч. посіб. / Ю. Палеха, І. Смоловик, М. Геращенко ; ПВНЗ «Європ. ун-т». – К. : Ліра-К, 2018. – 219 с. : іл.

5. ОБ'ЄКТИ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У ст. 10 Закону України «Про видавничу справу» зазначено, що «об'єктом видавничої справи є видавнича продукція. Види видань, що належать до видавничої продукції, визначаються відповідними національними стандартами». Видавнича продукція трактується як «сукупність видань, випущених видавцем (видавцями)».

Основними об'єктами видавничої справи є *книга, журнал, газета*.

Низка стандартів (ДСТУ, ГСТУ, СОУ) встановлює вимоги щодо створення і поліграфічного виконання видань окремих видів.

ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» поширюється на видавничу продукцію й установлює терміни та визначення основних видів видань; містить терміни та визначення понять основних видів видань, потрібних для впорядкування і розвитку видавничої справи, налагоджування взаємозв'язків між суміжними сферами діяльності, забезпечення відповідності вітчизняних видань міжнародним і національним стандартам інших країн.

ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять» містить таке визначення: «**Видання** – твір (документ), що містить інформацію, призначену для поширення, пройшов редакційно-видавниче опрацювання, відтворений друкуванням, тисненням або виготовлений електронним записом на будь-якому носіїві чи іншим способом, видавниче оформлення, поліграфічне й технічне виконання якого відповідає вимогам правових і нормативних документів» (с. 2).

За способом виготовлення видання поділяються на *друковані* та *електронні* (4.2, с. 5).

Друковане видання – видання, виготовлене друкуванням чи тисненням.

Електронне видання – документ, інформацію в якому подано у формі електронних даних і для використання якого потрібні засоби обчислювальної техніки.

За матеріальною конструкцією (п. 4.4 ДСТУ 3017:2015) розрізняють:

- блочне видання; кодексне видання;
- аркушеве видання;
- комплектне видання;
- комбіноване видання;
- книжка-іграшка.

Блочне видання; кодексне видання – видання у вигляді блока скріплених у корінці аркушів чи зошитів (п. 4.4.1 3017:2015).

Книжкове видання – блочне видання в обкладинці чи палітурці. Різновидом книжкового видання є *книга-перекрутка; алігат* — книжкове видання, що містить два твори, кожен з яких починається від своєї сторінки обкладинки (боку палітурки), має свій титульний аркуш і свою пагінацію.

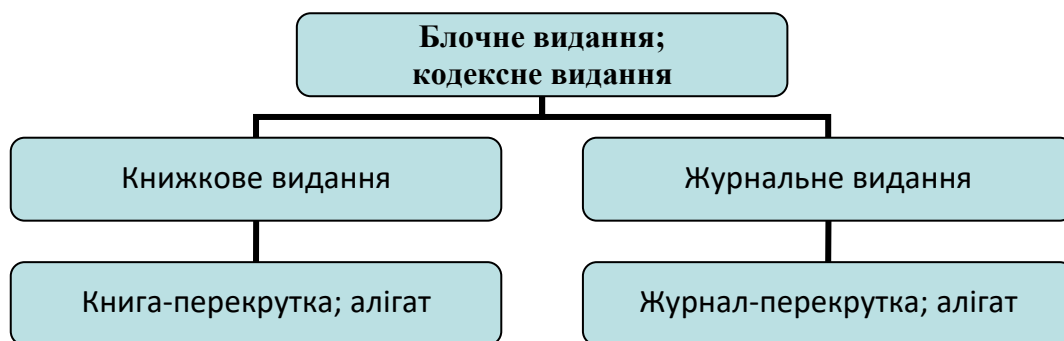


Рис. 5.1. Види блочних/кодексних видань

Журнальне видання – блочне видання переважно в обкладинці, що відповідає специфіці цього видання. Його різновидом є *журнал-перекрутка; алігат* – журнальне видання, в якому тексти творів починаються з обох сторінок обкладинки та мають свій титульний аркуш і свою пагінацію.

Аркушеве видання – видання у вигляді одного чи кількох аркушів без скріплення.

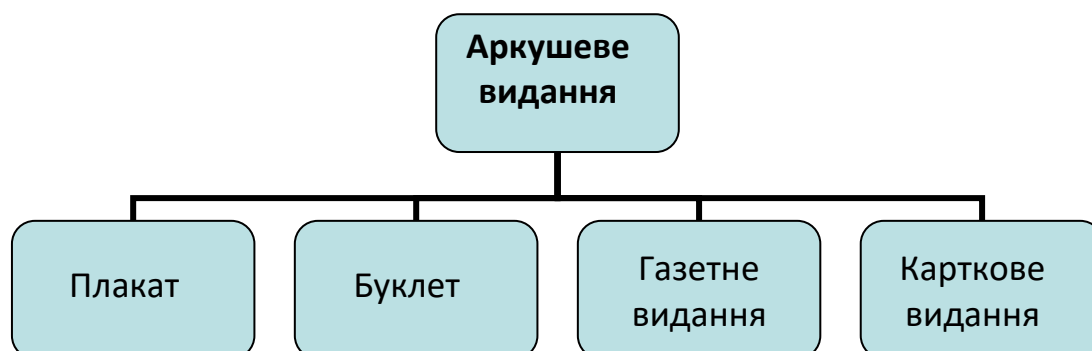


Рис. 5.2. Види аркушевих видань

До аркушевих видань належать: плакат; буклет; брошура; газетне видання; карткове видання.

Плакат – аркушеве видання, задруковане з одного чи з обох боків аркуша та призначене для експонування.

Буклет – аркушеве видання у вигляді аркуша, сфальцьованого будь-яким способом у два згини чи більше.

Газетне видання – аркушеве видання, видавничо пристосоване до його специфіки. Газетне видання у вигляді скріплених у корінці кількох аркушів друкованого матеріалу називають газетно-журнальним.

Карткове видання – аркушеве видання у вигляді картки із цупкого паперу, віддруковане з одного чи обох боків. Картковими виданнями є поштова, образотворча, каталожна картки тощо.

Комплектне видання – сукупність видань, спільних за тематикою або читацькою адресою, зібраних у теку, футляр, бандероль чи укладених в обкладинку.

Комбіноване видання – видання складної матеріальної конструкції, яке разом із друкованим виданням містить інші носії інформації із записами звуків чи зображенням.

Книжка-іграшка – видання оригінальної конструкційної форми, призначене для розумового та естетичного розвитку дітей дошкільного й молодшого шкільного віку. Книжками-іграшками є *книжка-вертушка, книжка-витівка, книжка-панорама, книжка-фігура, книжка-ширмочка, книжка для розфарбовування, книжка-гармошка* тощо.

Однією із найважливіших ознак диференціації видань є їх **цільове призначення** (рис. 5.3).

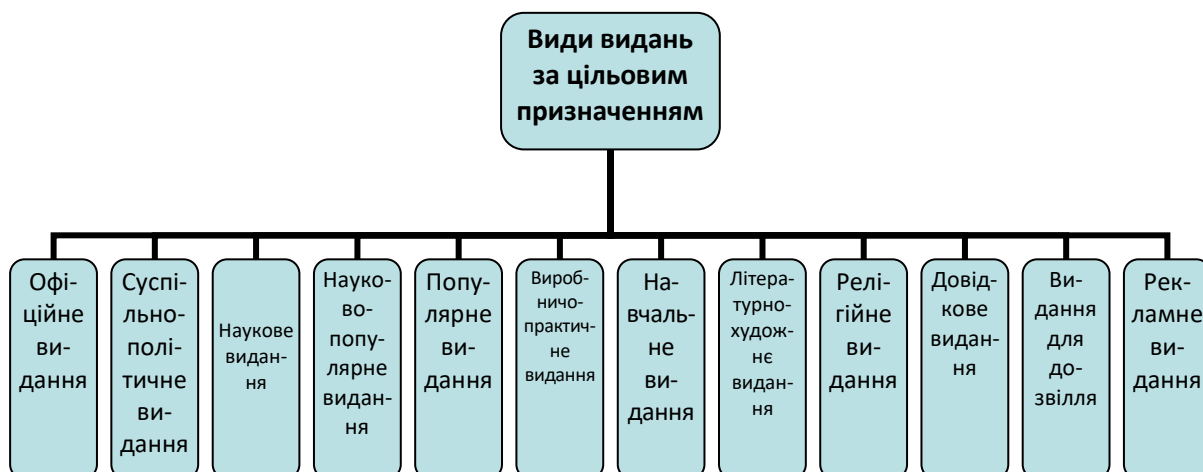


Рис. 5.3. Види видань за цільовим призначенням

Офіційне видання – видання, що містить документи нормативного чи директивного характеру, затверджені та опубліковані від імені органів державної влади, відомств, установ, політичних партій і громадських організацій.

Суспільно-політичне видання – видання, що містить публіцистичний твір (твори), який висвітлює актуальні питання й події міжнародного та внутрішньодержавного суспільного життя.

Наукове видання – видання, що містить результати теоретичних і (або) експериментальних досліджень, а також науково підготовлені до публікації пам'ятки культури та історичні документи з розгалуженим науково-довідковим апаратом (науково-дослідний, пояснювальний текст, коментар, різноманітні покажчики).

Науково-популярне видання – видання, що містить відомості про дослідження в галузі науки, техніки, виробництва, культури, освіти, мистецтва тощо, які популяризують наукові знання, викладені в зрозумілій читачам-нефахівцям формі.

Популярне видання – видання, що містить відомості просвітницького значення з однієї чи кількох галузей знань, нескладні за змістом та викладені в легкій, доступній для розуміння формі для задоволення непрофесійних інтересів читачів.

Виробничо-практичне видання – видання, що містить відомості прикладного характеру з технології, техніки й організації виробництва, а також інших сфер практичної діяльності для професійного вдосконалення фахівців різного профілю та відповідної кваліфікації.

Навчальне видання – видання, що містить систематизовані відомості наукового або прикладного характеру, викладені у зручній для вивчення і викладання формі.

Літературно-художнє видання – видання, що містить твір (твори) художньої літератури.

Релігійне видання – видання, що містить твір (твори) релігійного змісту тієї чи іншої віри, віросповідання.

Довідкове видання – видання, що містить короткі відомості наукового чи прикладного характеру, розташовані в порядку, зручному для їх швидкого пошуку, призначене для вибіркового читання.

Видання для дозвілля – видання, що містить загальнодоступні відомості щодо організації побуту, різноманітних форм самодіяльної творчості, різних видів захоплень, відпочинку.

Рекламне видання – видання, що містить відомості про осіб, вироби, послуги, заходи тощо, викладені у формі, яка привертає увагу.

За обсягом неперіодичні друковані видання поділяються на *книги, брошури та листівки, аркушівки*.

Книга – книжкове видання обсягом понад 48 сторінок.

Брошура – книжкове видання обсягом понад 4 сторінки, але не більше 48 сторінок.

Листівка; аркушівка – аркушеве видання обсягом від 1 до 4 сторінок.

Періодичні та продовжувані видання поділяються на: **газети, журнали, бюлетені, календарі**.

Газета – періодичне газетне видання, що виходить через певні, короткі проміжки часу, містить офіційну, оперативну інформацію і публікації з актуальних суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, а також літературно-художні твори й рекламу. Газета може виходити впродовж нетривалого масу, обмеженого періодом проведення певного заходу (конференції, фестивалю тощо). Газета може мати додаток у вигляді окремого неперіодичного, періодичного або продовжуваного видання. За сферою розповсюдження розрізняють газети загальнодержавні, регіональні, місцеві та зарубіжні.

Загальнополітична газета – газета, що систематично висвітлює питання внутрішньої та зовнішньої політики держави, міжнародне життя, діяльність місцевих адміністрацій і громадських об'єднань.

Спеціалізована газета – газета, що систематично висвітлює окремі проблеми суспільного життя, науки, техніки, культури та інших сфер діяльності. За тематичною спрямованістю, цільовим призначенням, читацькою адресою розрізняють спеціалізовані газети з питань економіки й бізнесу, культури, літератури, мистецтва, медичні, спортивні, релігійні, рекламні, для дозвілля, для дітей та юнацтва тощо.

Спеціальний газетний випуск – газета, яку присвячено спеціальній темі або підготовлено з якоїсь нагоди для оперативного доведення потрібної інформації до читача, має назву основного видання, його поточний та валовий номери (або може бути нумерованою), а також рік і дату виходу у світ. Спеціальний газетний випуск може мати, крім назви основного видання, власну тематичну назву.

Журнал – періодичне журнальне видання, що має постійні рубрики та містить публікації офіційного характеру із суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, літературно-художні твори, реферати, ілюстрації та рекламу. Журнал може мати додаток у вигляді окремого неперіодичного, періодичного чи продовжуваного видання.

Суспільно-політичний журнал – журнал, який містить публікації переважно актуальної суспільно-політичної тематики, а також науково-популярні, літературно-художні, гумористичні й сатиричні твори. За читацькою адресою суспільно-політичний журнал може бути призначено певним категоріям читачів: молоді, жінкам, дітям, фахівцям різних сфер діяльності тощо.

Науковий журнал – журнал, який містить наукові публікації про теоретичні й прикладні дослідження. За цільовим призначенням наукові журнали поділяють на науково-теоретичні, науково-практичні та науково-методичні. Науково-практичний журнал, який містить публікації з технічних наук, є науково-технічним журналом.

Науково-популярний журнал – журнал, який містить публікації про основи наукових знань, а також досягнення в галузі науки, техніки, культури, мистецтва та практичної діяльності, викладені в зрозумілій читачам-нефахівцям формі.

Популярний журнал – журнал, який містить публікації просвітницького призначення з різних питань культури, мистецтва, спорту, побуту, інших галузей знань суспільної та практичної діяльності для задоволення непрофесійних інтересів читачів.

Виробничо-практичний журнал – журнал, який містить публікації щодо технології, техніки, економіки, організації виробництва, передового досвіду та практичної діяльності.

Літературно-художній журнал – журнал, який містить твори художньої літератури, а також публіцистичні та літературно-критичні статті.

Реферативний журнал – журнал, який містить упорядковану сукупність бібліографічних записів разом із рефератами.

Релігійний журнал – журнал, що містить публікації релігійної тематики.

Рекламний журнал – журнал, який містить публікації про вироби, послуги, заходи для створення попиту на них.

Спеціальний журнальний випуск – журнал, присвячений спеціальній темі, має назву основного видання, його поточний і валовий номери (або може бути нумерований) та рік виходу у світ.

Бюлетень – періодичне чи продовжуване видання, яке випускають оперативно, має ознаки журнального чи газетного видання й містить стислі офіційні відомості з питань, що належать до сфери діяльності організації,

яка його видає. В окремих випадках бюлетені випускають упродовж короткого часу, обмеженого періодом проведення певного заходу. Періодичні бюлетені мають зазвичай постійну рубрикацію.

Нормативний бюлетень – бюлетень, який містить публікації нормативного, директивного чи інструктивного характеру та який видає зазвичай державний орган.

Довідковий бюлетень; інформаційний бюлетень – бюлетень, який містить публікації довідкового характеру, розташовані в порядку, зручному для їхнього швидкого пошуку.

Статистичний бюлетень – бюлетень, який містить публікації з оперативними статистичними даними, що характеризують певну сферу життя і діяльності суспільства.

Рекламний бюлетень – бюлетень, який містить рекламні оголошення та відомості про вироби, послуги, заходи для створення попиту на них.

Бюлетень-хроніка – бюлетень, який містить публікації з повідомленнями про діяльність установи, що його видає, подані в хронологічному порядку.

Бюлетень-таблиця – бюлетень, який містить публікації з фактичними даними, викладеними в табличній формі.

Календар – періодичне довідкове видання, що містить послідовний перелік днів, тижнів, місяців року, а також відомості довідкового або науково-популярного характеру. За періодичністю календар може бути щорічним, щоквартальним, щомісячним. Календар може бути неперіодичним виданням, тобто виданим одноразово.

Відривний, перекидний календар – календар-щорічник (настінний чи настільний), в якому для кожного дня (тижня, місяця) є окремі відривні (перекидні) аркуші.

Табель-календар – календар-щорічник у вигляді аркушевого або карткового видання з переліком днів року, розташованих за місяцями, у формі таблиці.

Календар книжкового типу – календар-щорічник у вигляді книжкового видання, присвячений певній тематиці та (або) призначений певним категоріям читачів.

Календар знаменних і пам'ятних дат – календар-щорічник (щоквартальник, щомісячник, щотижневик), який містить вибіркового перелік днів року, пов'язаних із певними знаменними чи пам'ятними подіями, та відомості про ці події.

Класифікують **електронні видання** за такими ознаками: наявність друкованого еквівалента, природа основної інформації, цільове призначення, технологія використання, характер взаємодії з користувачем, періодичність і структура – наведено в ДСТУ 7157:2010 Інформація та документація. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості.

Електронне видання – електронний документ, який пройшов редакційно-видавниче опрацювання, має вихідні відомості та призначений для розповсюдження в незмінному вигляді.

Електронний документ – документ, інформація в якому подана у формі електронних даних і для використання якого потрібні засоби обчислювальної техніки.

Багатотомне електронне видання – неперіодичне електронне видання, що складається з двох або більше нумерованих томів, кожен з яких випущений на окремому електронному носієві, та є єдиним цілим за змістом та оформленням.

Первинне пакування – пакування, в яке вкладають носія електронного видання.

Вторинне пакування – пакування, в яке вміщують носія електронного видання в первинному пакуванні.

Титульний екран – перший екран електронного видання, що містить вихідні відомості та може складатися з кількох пов'язаних між собою частин.

Види електронних видань класифіковано за такими ознаками.

За наявністю друкованого еквівалента:

– електронний аналог (копія, версія) друкованого видання;

– самостійне електронне видання.

Електронний аналог друкованого видання – електронне видання, що в основному відтворює відповідне друковане видання, зберігаючи розташування на сторінці тексту, ілюстрацій, посилань, приміток тощо.

Самостійне електронне видання – електронне видання, що не має друкованого аналога.

За природою основної інформації:

– текстове (символьне);

– образотворче;

– звукове;

– програмний продукт;

– мультимедійне.

Текстове (символьне) електронне видання – електронне видання, яке містить переважно текстову інформацію, подану у формі, що уможливає посимвольну обробку.

Образотворче електронне видання – електронне видання, яке містить переважно електронні образи об'єктів, подані у формі, придатній для переглядання і друкованого відтворення, але не для посимвольної обробки.

Звукове електронне видання – електронне видання, що містить цифрове подання звукової інформації у формі, яка дає змогу її прослуховувати.

Програмний продукт – програма або взаємопов'язана сукупність електронних програм, процедур, правил, а також документація та дані, призначені для постачання користувачеві.

Мультимедійне електронне видання – електронне видання, в якому рівнозначно та взаємопов'язано за допомогою відповідних програмних засобів міститься текстова, звукова, графічна та інша інформація.

За цільовим призначенням:

- офіційне;
- суспільно-політичне;
- наукове;
- науково-популярне;
- популярне;
- виробничо-практичне;
- навчальне;
- літературно-художнє;
- релігійне;
- довідкове;
- видання для дозвілля;
- рекламне.

За технологією використання:

- локальне;
- мережне;
- комбінованого використання.

Локальне електронне видання – електронне видання, випущене визначеним тиражем на переносному електронному носіїві та призначене для персонального використання на комп'ютері.

Мережне електронне видання – електронне видання, доступне користувачам через мережні засоби.

Електронне видання комбінованого використання – електронне видання, призначене як для локального, так і для мережного використання.

За характером взаємодії з користувачем:

- детерміноване;
- недетерміноване (інтерактивне).

Детерміноване електронне видання – електронне видання, параметри, зміст і спосіб взаємодії з яким визначені видавцем і не можуть бути змінені користувачем.

Недетерміноване (інтерактивне) електронне видання – електронне видання, параметри, зміст і спосіб взаємодії з яким визначає сам користувач за алгоритмом, заданим видавцем.

За періодичністю:

- неперіодичне;
- періодичне;
- продовжуване;
- оновлюване.

Оновлюване електронне видання – електронне видання, що виходить через визначені або невизначені проміжки часу з однаковою назвою, кожен із наступних номерів (випусків) якого містить частину незміненої актуальної інформації з попереднього номера (випуску).

За структурою:

- одночастинне;
- багаточастинне;
- серійне.

Одночастинне електронне видання – електронне видання, що складається з однієї частини (тому, номера, випуску).

Багаточастинне електронне видання – електронне видання, що складається з двох або більше нумерованих частин (томів, номерів, випусків). Багаточастинне електронне видання охоплює багатотомне, серіальне, оновлюване видання.

Серіальне електронне видання – електронне видання, що виходить упродовж часу, тривалість якого заздалегідь не встановлено, здебільшого нумерованими і/або датованими випусками (томами, частинами), різними за змістом, з однаковою назвою та однотипним оформленням. Серіальними є періодичне, продовжуване та серійне видання.

Серійне електронне видання – електронне видання, що є частиною серії; один із випусків серії.

Контрольні питання

1. Назвіть основні об'єкти видавничої справи.
2. Якими стандартами визначено види видань?
3. Назвіть види видань за способом виготовлення видання.
4. Назвіть види блочних кодексних видань.
5. Які види аркушевих видань виокремлюють?
6. Назвіть види видань за цільовим призначенням.
7. Які за обсягом неперіодичні друковані видання виокремлюють?
8. Назвіть види періодичних та продовжуваних видань.
9. Дайте класифікацію електронних видань.

Рекомендовані джерела:

1. ДСТУ 3017:2015 Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. – На заміну ДСТУ 3017-95; чинний від 2016-07-01. – К. : ДП «УкрНДНЦ», 2016. – IV, 38 с. – (Інформація та документація).

2. ДСТУ 7157:2010 Інформація та документація. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості. – К. : Держспоживстандарт України, 2010. – IV, 13, [1] с. – (Національний стандарт України).

6. КНИГА ЯК ОСНОВНИЙ ПРЕДМЕТ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. СТРУКТУРА КНИГИ

Книга – це:

1) компактна історично усталена форма закріплення й передавання в часі та просторі різноманітної інформації у вигляді тексту (певної системи графічних знаків) чи ілюстративного матеріалу, зафіксованих на відповідному матеріалі від руки (рукописна книга) чи за допомогою механічних пристроїв (друкована книга); призначена для багаторазового і довготривалого використання читачами;

2) вид видання: неперіодичне видання у формі кодексу (скріплених у корінці аркушів паперу) будь-якого формату обсягом понад 48 сторінок або 3 друкарських аркушів, у обкладинці чи оправі;

3) авторський рукопис певного твору значного обсягу;

4) одна з частин великого літературного твору, окремий номер періодичного чи продовжуваного видання;

5) у документознавстві – різновид документа;

6) зшиті в одну палітурку (обкладинку) аркуші чистого або розграфленого паперу з певними записами реєстраційного характеру (бухгалтерська книга, книга скарг,дова книга) чи усталеним текстом і вільним місцем для офіційно-службових записів (трудова книжка,ощадна книжка, чекова книжка, залікова книжка).

Сучасна книга складається із *зовнішніх* і *внутрішніх* елементів.

До *зовнішніх* належать:

- блок – сукупність паперових зшитків або аркушів;
- корінець і каптал, який його скріплює;
- оправа (палітурка) чи обкладинка, в окремих книгах можуть бути суперобкладинка, футляр або манжетка у вигляді смужки цупкого паперу, що об'єднує два чи більше видання;
- форзаци, що скріплюють блок і оправау;
- стрічка-закладка (ляссе).

Палітурка – зовнішнє покриття книжки, виготовлене окремо від книжкового блоку (на відміну від оправы, яка виготовляється безпосередньо на конкретний примірник) із картонних боковин (кришок), обклеєних покривним палітурним матеріалом, та корінцевої частини, в яке вставляється книжковий блок; з'єднується з блоком за допомогою форзаців.

Палітурки поділяються за:

- за конструкцією: суцільна чи складена, обрізна чи з кантом;
- способом кріплення;
- покривним матеріалом;
- терміном використання, на який розраховано видання;
- типом видання: звичайне, поліпшене, сувенірне, рекламне.

Вибір конструкції, покривних матеріалів, художнього оформлення палітурки також залежить від змісту видання, читацького та цільового призначення. На видавничі палітурки виноситься частина вихідних відомостей.

Оправа – міцне, звичайно тверде (на відміну від обкладинки) покриття книги, призначене для її захисту від пошкоджень та руйнування; складається з двох палітурних кришок і корінця, з'єднується з книжковим блоком зазвичай за допомогою двох форзаців і корінцевого матеріалу (чи без нього).

З'явилась на книгах за часів Середньовіччя, виготовлялась вручну для кожної книги окремо з дощок, які могли бути обтягнені шкірою, пергаментом, оксамитом тощо; найбільш вишуканими були сап'янові чи марокенові оправи, створені з тонкої, м'якої шкіри, виробленої з козячих або овечих шкір рослинними дубителями, пофарбовані в яскраві кольори. Оправи найбільш цінних книг оздоблювали тисненням на шкірі (безбарвним сліпим (блінтовим) або рельєфним (конгревним), фарбованим чи ні) з використанням суперекслібрису (авторського знака), орнаментальних рамок, геометричних прикрас, символічних, іконописних чи сюжетних ілюстрацій; накладними елементами (металевими наріжниками, середниками, пуклями); деякі богослужбові книги облачали в металеві, інколи срібні чи позолочені оклади, виготовлені з використанням лиття, гравірування, червлення; оздоблювали емалями та дорогоцінним камінням, застібками. Оправи можуть бути *видавничі* та *власницькі*. Оправи розрізняються за характером покриття (суцільнокриті, складені) та матеріалом (шкіряні, тканинні, картонні), за стилем оздоблення. Спеціалісти використовують терміни «французька» оправа (суцільно шкіряна з тисненням лише на корінці); «гаптована» оправа (кришки поволочені розшитою тканиною, виготовлялась лише за індивідуальним замовленням); «мармурова» оправа (кришки вкриті так званим мармуровим папером, тобто папером різних кольорів, однобічно пофарбованим під мармур); «мозаїчна» оправа (створена способом аплікації зі шматочків шкіри); коленкорова оправа (з тонкої бавовняної, дуже проклеєної одноколірної тканини полотняного переплетіння); ледеринова оправа (з матеріалу на тканинній основі зі спеціальним пофарбованим покриттям); «м'яка» оправа (покриття зі шкіри чи її заміника, пергаменту, тонкого еластичного картону чи паперу, без підкладки твердих боковин); бібліотечна оправа (тип складеної оправи, що масово виготовлявся в бібліотеках для заміни обкладинок з метою довговічного зберігання видань) тощо. Сучасні оправи містять низку вихідних відомостей і є елементом художнього оформлення видання. За форматом оправи можуть збігатися з розміром книжкового блока або бути дещо більшими (з кантами), можуть мати суперобкладинку (додаткову оправу з клапанами, що захищає палітурку без з'єднання з нею).

Термін «оправа» використовується переважно для давніх чи цінних книг; масові сучасні оправи часто називають палітурками.

Форзац (нім. *vorsatz*) – це однозгинний аркуш паперу, скріплений з першим і останнім зошитами блока і призначений для з'єднання блока з палітуркою.

За характером оформлення форзаци поділяються на задрукований (тобто поверхня форзаца задруковується будь-яким рисунком чи орнаментом) або залишається незадрукованим.

За конструкцією форзаци поділяються на суцільнопаперові, окантувальні, складені, прикантовані.

Суцільнопаперовий форзац – паперовий аркуш, сфальцьований в один згин, за розміром дорівнює формату видання до його обрізки з трьох боків. Розкроювання такого форзаца має здійснюватися з урахуванням повздовжнього напрямку волокон.

Окантувальний форзац – це форзац, який має наклеєну на своєму фальці смужку або паперу, або нетканого матеріалу, або коленкора.

Складений форзац утворюється з окремих паперових заготовок, які з'єднуються в корінцевій частині смужкою тканини – фальчиком. За міцністю складені форзаци перевищують суцільнопаперові і, як правило, виготовляються вручну. Фальчик – це смужка матеріалу, яка з'єднує паперові сторони складеного форзаца.

Прикантувальний форзац – це такий форзац, який кріпиться на смужці тканини або паперу, що називається стрижнем.

Вибір того чи іншого різновиду форзаца визначається товщиною видання, конструкцією палітурки і форматом. Наприклад, складені форзаци, як правило, застосовуються для видань великого обсягу і формату, оскільки маса блока в них більша.

За способом приєднання до блока форзаци поділяються на накидні, приклеєні, прошивні й пришивні.

«Свій» форзац застосовується найчастіше для видань із товщиною блока до 20 мм, задрукованих на папері щільністю не менше 100 г/м² із повздовжнім розкромом з урахуванням напрямку паперу вздовж корінця. Назву «свій» даний форзац отримав через те, що він є складовою частиною першого й останнього зошитів книжкового блока.

«Накидний» форзац застосовується для видань малого обсягу. Сам форзац накидається на блок видання в процесі його комплектування вкладкою. Папір для такого форзаца відрізняється за структурою від паперу видання. Цей різновид форзаца за своєю конструкцією може бути оди-нарним або подвійним.

Приклеєний (простий) форзац застосовується для книжкових видань, скомплектованих підбиранням і зшитих нитками, із товщиною видання до 30 мм, використовується також для видань, скомплектованих підбиранням, скріплених термонитками, клейовим способом, і мініатюрних видань. Цей форзац найпоширеніший, тому що має просту конструкцію. Сам форзац приклеюється до корінцевого поля зошита з невеликим відступом до його краю.

Закладка – смужка тонкого матеріалу (паперу, тканини), призначена для позначення необхідного місця в книжці, зошиті, альбомі шляхом закладання між сторінками. Закладка, яка виготовлюється у процесі видання книги і є частиною її конструкції, називається ляссе.

Ляссе (від нім. *lesezeichen* – «закладка») – закладка, що виготовляється під час видання книги. Ляссе технічно виготовляється таким чином: до корінця головки книжкового блока прикріплюється тасьма, вільний кінець якої можна вкладати між сторінками. Цей кінець виступає за нижній обріз блока, що дає змогу швидко знайти й відкрити книжку на потрібному місці.

До *внутрішніх* елементів книжки належать:

- текст, відтворений наразі поліграфічним способом шрифтами різних гарнітур;
- титул, контртитул, авантитул, шмуцтитул;
- спускові та кінцеві сторінки;
- ілюстрації;
- колонцифри та колонтитули;
- норма і сигнатура;
- довідково-пошуковий та науково-допоміжний апарат книги.

Шмуцтитул (від нім. *schmutztitel*, де *schmutz* – «брудний» і *titel* – «заголовок») – окрема сторінка, де поміщають заголовок частини, розділу чи розділ книги, а деколи окремих творів, які входять у збірник. У стародруках це додатковий титульний аркуш, який розташовували перед основним титулом для охорони останнього від забруднення.

Книга є об'єктом вивчення книгознавства та опосередковано бібліотекознавства, бібліографознавства, мистецтва книги, бібліофілії тощо.

Контрольні питання

1. Дайте визначення книги як основного предмета видавничої діяльності.
2. Назвіть зовнішні та внутрішні елементи книжки.
3. Охарактеризуйте зовнішні складові книжки.
4. Охарактеризуйте внутрішні складові книги.

Рекомендовані джерела:

1. Беловицкая А. А. Книговедение. Общее книговедение / Беловицкая А. А. – М., 2007. – 394 с.
2. Ковальчук Г. І. Книга, книжка [Електронний ресурс] / Г. І. Ковальчук // Українська бібліотечна енциклопедія. – Режим доступу : <http://ube.nplu.org/article/%D0%9A%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B0,%20%D0%9A%D0%BD%D0%B8%D0%B6%D0%BA%D0%B0>
3. Низовий М. А. Вступ до книгознавства : навч. посіб. / Низовий М. А. – К., 2009. – 144 с.
4. Словник книгознавчих термінів. – К., 2003. – 160 с.

7. ЗАГАЛЬНЕ РЕДАГУВАННЯ. СУТНІСТЬ І ЗМІСТ РЕДАГУВАННЯ

Редагування (фр. *rédaction* від лат. *redactus* – приведений до порядку, впорядкований) – вид фахової діяльності, пов’язаної з підготовкою до випуску у світ творів друку та аудіовізуальної продукції.

Виникнення такого виду діяльності, як редагування зараховують до часу існування Стародавньої Греції та Стародавнього Риму. Через те, що усних форм передачі інформації ставало недостатньо, за 8–6 тис. років до нашої ери виникає знакове письмо. Своєю чергою, поява і поширення рукописних текстів призвели до потреби їх упорядкування з метою єдиного тлумачення. До завдань перших редакторів входило виявлення і виправлення помилок, допущених авторами або переписувачами текстів. Так, у Стародавньому Римі в роботі над текстами широко використовувався такий вид правки, як вичитування. Сучасне уявлення про редагування почало формуватися з виникненням книгодрукування в Європі у середині XV ст.

У цілому дослідники виокремлюють три етапи існування редагування як виду практичної діяльності.

Перший етап (III ст. до н. е. – сер. XIX ст.). На даному етапі відбувалось виникнення редагування, його занепад (поч. н. е. – сер. XV ст.) і відродження (кін. XV ст. – сер. XIX ст.).

Другий етап (2 пол. XIX ст. – 30-ті рр. XX ст.) пов’язано з накопиченням редакційної практики і теорії.

На *третьому етапі* (30-ті рр. XX ст. – поч. XXI ст.) відбувається становлення і функціонування редагування як науки. Зокрема, 30-ті – 60-ті рр. XX ст. (етап становлення) – становлення редагування як науки; 60-ті – 90-ті рр. XX ст. – етап класичного редагування, а розвиток інформаційних технологій у 90-ті рр. XX ст. спонукав до появи комп’ютерного редагування.

На території України, у часи середньовіччя, в майстернях, де виготовляли рукописні книги, працювали так звані «справники», які звіряли переписані копії з оригіналами книг. «Справники» одночасно виконували функції і коректора, і текстолога. Таким відомим «справником» був Іван Федоров, який прибув із Москви до Львова. У друкарні Києво-Печерської лаври у XVII ст. коректорів називали «столпоправителями», а у Львівській братській школі – «дозорцями».

Як і в країнах Західної Європи, в Україні поряд з практикою видавничої справи ставили й деякі питання теорії опрацювання повідомлень. Наприклад, І. Галятовський підготував трактат «Наука, елбо способ зложення казанья», Ф. Прокопович – підручник «Риторика». У XIX ст. мовознавець О. Потебня відкрив теорію значень слова. Відомими редакторами були П. Куліш, І. Франко, М. Грушевський.

У 1917–1920 рр. на сторінках журналу «Книгарь» учені розглядали питання композиції видання, нормованості мови. Велике значення для становлення в Україні єдиних лінгвістичних норм редагування мав І. Огнієнко, який почав формулювати найбільш узагальнені норми редагування.

На базі Українського поліграфічного інституту виникла Львівська школа редагування. Так, у 1972 р. вийшло друком найповніше україномовне видання, що описує норми редагування, – «Довідник коректора», автори – викладачі Українського поліграфічного інституту М. Феллер, І. Квітко, М. Шевченко. На початку 80-х рр. розвивалась «київська школа редагування», заснована Р. Іванченком. Автоматизацію редакційних процесів досліджували З. Партика, В. Перебийніс. У 80-х рр. ХХ ст. українське академічне (наукове) книговидання посідало у світі третє місце після російського видаництва «Наука» та американського «Мак Гроу-Хіл».

Нині, говорячи про редагування, мають на увазі найрізноманітніші комплекси робіт. Насамперед це діяльність у сфері масових комунікацій. Вона охоплює управління змістовною стороною роботи видавництв, редакцій газет, журналів, студій та включає підготовку видань, теле- і радіопередач, роботу з текстами кінофільмів і спектаклів. У видавничій справі редагування реалізується системою форм і методів роботи редактора і передбачає здійснення редакційно-видавничого процесу, що забезпечує вихід у світ творів літератури. Також редагування використовується в системах управління, маркетингу і менеджменту під час підготовки керівної, статистичної, юридичної документації.

Наразі термін «редагування» має кілька значень:

- управління випуском книги, газети, періодичного видання, а також теле- і радіопередачі, кінофільму;
- перевірка і виправлення, остаточної літературної та технічної обробки будь-якого тексту, призначеного до тиражування;
- приведення змісту й оформлення тексту у відповідність до встановлених норм;
- всі послідовні етапи видавничого процесу вдосконалення рукописного твору в ідейному, науковому і літературному аспектах. У цьому випадку редагування об'єднує групу осіб, яка складається з автора, редактора, рецензентів і всіх причетних до здавання рукопису у виробництво і його публікації.

Прикладна суспільна інформологічна наука, яка досліджує методологічні засади підготовки повідомлень у процесі їх публікування (оприлюднення) у засобах масової інформації отримала назву «едитологія» (від англ. edit – «виправляти, редагувати» і грец. «логос» – «вчення»).

В едитології виокремлюють теорію видавничої діяльності й теорію редагування. Теорія редагування досліджує методологічні засади безпосередньої підготовки повідомлень до публікування (редагування) і становить систему знань про практику редагування – правила внесення змін безпосередньо в саме повідомлення.

У теорії редагування виокремлюють такі підрозділи:

- теорія загального нормативного редагування;
- теорія загального творчого редагування;
- теорія галузевого нормативного редагування;
- теорія галузевого творчого редагування.

Загальне (універсальне) редагування – такий вид редагування, що передбачає цілісну систему роботи редактора над оригіналом, яка забезпечує його довершеність за змістом, формою і зручністю для користування читачем (споживачем).

Галузеве редагування досліджує теорію галузевого нормативного редагування повідомлень.

Творче редагування – це оптимізація (вдосконалення) редактором повідомлень (авторських чи видавничих оригіналів, видань, радіо-, телепередач), яка базується на творчих методах виконання нетипових і/або складних завдань та його інтуїції.

Нормативне редагування передбачає приведення повідомлення у відповідність до певних норм (лінгвістичних, психологічних, композиційних, наукових, юридичних, політичних, поліграфічних тощо).

Об'єкт редагування – це об'єкт, над яким здійснюються операції редагування: авторський оригінал, що містить текстову, ілюстраційну, аудіо- чи відеочастини; конструкція видання, видавничий оригінал, проект видання, наклад видання.

Предмет редагування – це приведення об'єкта редагування у відповідність до чинних у певний час у конкретному суспільстві норм, а також його творча оптимізація, метою яких є отримання заданого соціального ефекту.

Мета редагування – трансляція повідомлень для отримання заданого соціального ефекту. Трансляцію здійснюють, вносячи в повідомлення виправлення (реконструкції).

Досягнення такої мети реалізується завдяки виконанню низки завдань:

1. Верифікація повідомлень – установлення, наскільки інформація повідомлення відповідає дійсності (його модальність), перевірка істинності тих тверджень повідомлення, значеннями модальності яких є «реальність».

2. Адаптація повідомлень – пристосування мови повідомлення та інформації до мови тієї групи реципієнтів, для якої воно призначене.

3. Адвербіалізація повідомлень – пристосування інформації до того місця, часу, ситуації, в яких реципієнти сприйматимуть повідомлення.

4. Нормалізація повідомлень – приведення норм повідомлень, реалізованих автором, у відповідність до тих норм, якими користується реципієнт (лінгвістичні, орфографічні, орфоепічні, граматичні, пунктуаційні).

5. Рецепція повідомлень – реалізація в повідомленні лише механізмів сприйняття інформації, відкинувши норми її походження.

6. Інтерпретація повідомлень – коментування повідомлень з метою пояснення незрозумілих речей.

7. Уніфікація повідомлень (для понятійних повідомлень) – узгодження елементів повідомлення згідно зі стандартами.

8. Політизація/деполітизація повідомлень – надання або усунення певного політичного забарвлення.

9. Етизація повідомлень – узгодження повідомлень з нормами моралі, нормами професійної етики.

10. Естетизація повідомлень – приведення у відповідність до норм прекрасного.

11. Мінімізація повідомлень – зменшення кількості відхилень у повідомленні.

Процес редагування складається з аналізу (контролю) та виправлення (реконструкції) авторського оригіналу, де аналіз (контроль) – це процедура пошуку, фіксації та локалізації помилок у повідомленні, а виправлення (реконструкція) – це процедури видалення у повідомленні помилок, виявлених у процесі контролю. Помилка зазвичай визначається як об’єктивне відхилення від норми, яке є різницею між неправильним компонентом повідомлення та його нормативним (правильним) поданням.

Модель редагування передбачає наявність чотирьох складових: мови, нормативної бази, методів та правил редагування. Існують теоретична модель редагування (у разі ручного опрацювання повідомлень) та комп’ютерна модель редагування (програми на комп’ютері). Останні називають системами редагування.

Етапи редагування

У процесі редагування виокремлюють кілька основних етапів (рис. 7.1), зміст і послідовність яких у кожному конкретному випадку залежатиме: від вигляду і складності оригіналу, ступеня його підготовленості, досвідченості редактора, організації видавничого процесу в конкретній редакції або видавництві.



Рис. 7.1. Етапи редагування

1. *Перше, наскрізне читання* здійснюється перед початком виправлення (письмово або на екрані комп'ютера).

2. *Доведення (спільно з автором) оригіналу до комплектності.* На цьому етапі редактор спільно з автором уточнюють склад поданого оригіналу, виявляють відсутні складові і приймають рішення або відкласти роботу, або почати правити, домовившись з автором про кінцеві терміни ліквідації недоробок.

3. *Робота над структурою (композицією) оригіналу* – редагування структурної організації всього тексту, логічного взаємозв'язку всіх його частин, незалежно від виду й типу видання.

4. *Визначення єдиного стилю подання тексту* – дотримання в цілому загальних вимог підготовки для газетно-журнального і книжкового ринку друкованої продукції (випуску в ефір радіо- і телепрограм) та вимог до стилю подання текстів чи програм окремої редакції або видавництва. Наприклад, форми розміщення основного, службового чи допоміжного текстів, змісту, виділення заголовків, повноти опису бібліографічних посилань, написання цифр (особливо в назвах століть, років), географічних назв. Єдиних критеріїв слід дотримуватись і в скороченому написанні окремих слів.

5. *Робота з апаратом видання* – редагування допоміжної частини видання (додатків, бібліографічних описів, покажчиків, словників, посторінкових виносів, змісту) і службової частини видання (авантитулів, розгорнутого титулу, колонцифр, колонтитулів). Процес здійснюється після завершення роботи над основною частиною оригіналу або паралельно. Обробляючи текст основної частини, редактор завжди повинен пам'ятати, що будь-які внесені виправлення мають автоматично відобразитись у службовій або допоміжній частині (змісті, написах на колонтитулах тощо).

6. *Робота над заголовками.* Редакторська обробка заголовків необхідна не тільки для визначення їх ієрархії в основній частині видання, але й для позначення їх графічного відтворення на сторінках (або колонках). Головним завданням редактора на цьому етапі є досягнення оптимальної відповідності заголовків змісту текстових фрагментів.

7. *Редакційна правка (із застосуванням різних видів редагування)* – усунення неточностей, повторів, досягнення чіткості формулювань, логічності викладу, мовностилістичної грамотності.

Основний парадокс теорії редагування полягає у принциповій неможливості отримати абсолютно безпомилковий текст і неможливості створити модель редагування, яка усувала б із тексту абсолютно всі помилки. Це означає, що в повідомленнях, опрацьованих на основі будь-якої системи редагування, завжди буде якась кількість помилок чи не виправлених ланцюжків знаків, правильність чи неправильність яких у рамках цієї нормативної бази довести неможливо.

Контрольні питання

1. Назвіть етапи розвитку редагування.
2. Дайте визначення едитології.
3. Які існують складові дисципліни «Едитологія»?
4. У чому полягає сутність «загального редагування»?
5. Назвіть об'єкт, предмет, мету і завдання редагування.
6. Назвіть зміст і послідовність етапів редагування.
7. У чому полягає основний парадокс теорії редагування?

Рекомендовані джерела:

1. Завгородня Л. В. Основи літературного редагування та коректури : навч. посіб. / Завгородня Л. В. – Черкаси : Брама – Україна, 2010. – 251 с.
2. Карпенко В. О. Основи редакторської майстерності. Теорія, методика, практика : підручник / Карпенко В. О. – К. : Ун-т «Україна», 2007. – 431 с.
3. Основи теорії редагування перекладів : конспект лекцій / укладач : Ребрій О. В. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 88 с.
4. Партико З. В. Основи редагування : у 2 кн. / Партико З. В. ; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2017. – Кн. 1 : Підручник. – 331 с.
5. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця : практ. посіб. / Тимошик М. – К. : НВЦ НКМ, 2006. – 559 с.
6. Тимошик М. С. Основи редагування : підруч. для студентів ВНЗ / Тимошик М. С. – К. : Наша культура і наука, 2019. – 559 с.
7. Тимошик М. С. Редагування: завдання, зміст, види / Тимошик М. С. – К. : КНУКіМ, 2012. – 39 с. – (Теорія та історія видавничої справи і редагування ; вип. 2).
8. Тимошик М. Редакторський аналіз: завдання, зміст, логічні засади / Тимошик М. – К. : КНУКіМ, 2012. – 31 с. – (Теорія та історія видавничої справи і редагування ; вип. 4).

8. НОРМАТИВНА БАЗА РЕДАГУВАННЯ. ПОСТУЛАТИ І КОНКРЕТНІ НОРМИ РЕДАГУВАННЯ

Передача повідомлень відбувається на основі угоди (конвенції) між авторами й реципієнтами повідомлень. Світоглядні, інтелектуальні та інші відмінності між автором і реципієнтом обумовлюють відхилення від норм. Успішно уникати їх можна, користуючись конвенційними нормами. На підставі цих норм у редагуванні формують нормативну базу редагування.

Норма – це параметр, список, шаблон, структура (модель) чи положення, які в оптимальних повідомленнях служать для вираження компонентів їх структури.

Структуру норм редагування подано в табл. 8.1.

Таблиця 8.1

Структура норм

Елемент	Визначення	Приклад
Агент норми	Той, хто встановив норму	Суспільство, Національна академія наук, Книжкова палата України, Держстандарт, дослідники редагування тощо
Адресат норми	Виконавець норми	Автор, редактор, конструктор, художник
Зміст норми	Дія, яку слід або не слід виконати	Редагувати чи не редагувати текст
Характер норми	Норма зобов'язує, дозволяє, забороняє виконання певної дії	Норми зобов'язують подавати вихідні відомості, дозволяють поміщати в деяких виданнях покажчики, забороняють вживати деякі неевфонічні слова
Умови норми	Обставини, за яких повинна або не повинна виконуватись певна дія	Умовою заміни прийменників «у» на «в» є наявність голосних чи приголосних літер у сусідніх до прийменників словах
Санкції	Можливі наслідки невиконання певної норми	Через неправильне визначення читацької аудиторії реципієнти можуть не розуміти повідомлення або воно може бути для них нецікавим

У теорії редагування виокремлюють норми *загальні* (постулати), що сформульовані на основі аксіом теорії редагування, та *конкретні*.

До *постулатів*, прийнятих у редагуванні, фахівці зараховують такі:

- 1) повідомлення обов'язково має містити нову для реципієнта інформацію;
- 2) повідомлення повинно мати визначену модальність;
- 3) повідомлення має бути адаптоване до часу, місця і ситуації, в яких його сприйматиме реципієнт;
- 4) автор повинен використовувати мову й значення слів, відомі реципієнтам;
- 5) повідомлення має бути адаптоване до тезаурусу реципієнта;
- 6) у повідомленні повинні бути реалізовані механізми тільки сприймання інформації реципієнтом;
- 7) у повідомленні мають бути реалізовані засоби, що змушують реципієнта його сприймати;
- 8) повідомлення повинно бути захищене від потрапляння у нього шумів;
- 9) у повідомленні слід дотримуватись норм, прийнятих у конкретний час у конкретному суспільстві.

Класифікацію основних *конкретних* норм, які використовують для редагування повідомлень, зображено на рис. 8.1.



Рис. 8.1. Класифікація конкретних норм

За *видами* конкретні норми редагування поділяють на такі:

- лінгвістичні, зафіксовані в затверджених державою правилах орфографії та пунктуації, в довідниках і підручниках з морфології, синтаксису та стилістики;

- психолінгвістичні;
- логічні, зафіксовані у загальнодоступних підручниках з логіки;
- композиційні;
- наукові, за дотримання яких відповідають автор, рецензент і науковий редактор;

- видавничі, зафіксовані у загальнодержавних і галузевих стандартах, спеціальних довідниках (відрізняються залежно від країни);

- юридичні, зафіксовані в конституції та інших законодавчих актах кожної країни (їх недотримання може спричинити юридичну відповідальність автора чи редактора згідно з чинним законодавством);

- політичні (в демократичних країнах ці норми використовують лише щодо тих повідомлень, які публікують у виданнях політичних партій);

- поліграфічні, зафіксовані у спеціальних інструкціях чи галузевих стандартах;

- етичні, частково зафіксовані в законодавчих актах країни, в кодексах журналістської етики спілок журналістів різних країн;

- естетичні.

За *типами* конкретні норми поділяють так (подані в порядку зростання складності):

- параметри, які можуть бути двох різновидів: граничні значення і константи – літерні та цифрові;

- списки, подані у вигляді різноманітних словників, переліків скорочень, одиниць вимірювання тощо, які мають свою видавничу специфіку;

- шаблони або зразки;

- структура чи моделі;

- положення, у формі яких найчастіше виступають правила, що стосуються семантики повідомлень і є складними, тобто можуть мати кілька умов.

Серед конкретних норм також виокремлюють *зафіксовані й незафіксовані норми*. До зафіксованих норм зараховують норми редагування, записані у найрізноманітніших довідниках. Незафіксовані норми не мають юридичного статусу, проте їх завжди дотримуються, це видавничий «фольклор», що передається редакцією чи видавництвом із покоління в покоління.

Зафіксовані норми переважно *об'єктивні*. Мається на увазі, що вони відтворюють явища, факти, зв'язки незалежно від мови реципієнтів, їх тезаурусів, а також часу, місця й ситуації сприйняття повідомлень. *Суб'єктивні* норми здебільшого базуються на індивідуальних значеннях слів, які використовують редактори у процесі індивідуального засвоєння мови.

Серед зафіксованих об'єктивних норм виокремлюють *налаштовувані* й *неналаштовувані*. До перших належать норми, певним чином попередньо узгоджені з можливостями реципієнтів, для яких призначено повідомлення.

Зафіксовані об'єктивні норми поділяють на *загальні* та *галузеві*. До загальних норм належать ті, що використовують незалежно від виду й жанру літератури, наприклад усі логічні норми. Поряд із загальними нормами в редагуванні використовують галузеві норми, які стосуються окремих видів або жанрів літератури. Загальні норми вивчають у дисципліні «Загальне редагування», а галузеві – в дисципліні «Галузеве редагування».

У процесі редагування використовуються *встановлені* норми, тобто встановлені в суспільстві до певного моменту часу. До таких норм належать: зафіксовані й незафіксовані, об'єктивні й суб'єктивні, загальні й галузеві. Також існують недосліджені, а тому й невиявлені та незафіксовані норми, які отримали назву *невстановлених* норм.

Контрольні питання

1. Дайте визначення поняття «редакційна норма».
2. Назвіть види і типи норм.
3. У чому полягає зміст «об'єктивних» та «суб'єктивних» норм?
4. У чому полягає зміст «загальних» і «галузевих» норм?
5. У чому полягає зміст «установлених» і «невстановлених» норм.

Рекомендовані джерела:

1. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації / Капелюшний А. О. – Львів : ПАІС, 2005. – 304 с.
2. Мильчин А. Э. Методика редактирования текста / Мильчин А. Э. – М. : Логос, 2005. – 524 с.
3. Партико З. В. Основи редагування : у 2 кн. / Партико З. В. ; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2017. – Кн. 1 : Підручник. – 331 с.
4. Сізова К. Л. Практикум з редагування / Сізова К. Л., Алексеєнко Н. М., Бутко Л. В. – К. : Наша культура і наука, 2007. – 112 с.
5. Тимошик М. С. Основи редагування : підруч. для студентів ВНЗ / Тимошик М. – К. : Наша культура і наука, 2019. – 559 с.

9. ГАЛУЗІ РЕДАГУВАННЯ. АСПЕКТИ РЕДАГУВАННЯ

Дослідники класифікують галузі редагування залежно від: типу повідомлень; соціального, функціонального призначення і читацької адреси повідомлень; редакторської специфіки підготовки повідомлень.

Залежно від типу повідомлень виокремлюють:

- редагування науково-технічних повідомлень. Об'єкт редагування – понятійні (науково-технічні) повідомлення, в яких переважно використовують поняття та їх лінгвістичні позначення – терміни. Приклад: технічна, ділова та наукова література;

- редагування художніх повідомлень. Об'єкт редагування – образні (художні) повідомлення, в яких як основний спосіб опису і пізнання дійсності використовують художні образи. Приклад: художня література;

- редагування публіцистичних повідомлень. Об'єкт редагування – образно-понятійні (публіцистичні) повідомлення, в яких для опису та пізнання дійсності використовують одночасно і художні образи, і поняття (терміни). Приклад: повідомлення в мас-медіа.

Залежно від типів тексту за його соціальним призначенням, читацькою аудиторією і адресатом розрізняють такі галузі теорії редагування:

- редагування художньої літератури (творів епосу, лірики, драми);
- редагування публіцистичної літератури (газетно-журнальних і радіо-телевізійних повідомлень);

- редагування офіційних паперів (документів);

- редагування наукової літератури;

- редагування популярної літератури;

- редагування інформаційної літератури;

- редагування виробничої літератури;

- редагування навчальної літератури;

- редагування довідкової літератури;

- редагування дитячої літератури;

- редагування рекламної літератури;

- редагування перекладів літератури. В останньому випадку редакторові необхідно володіти і мовою оригіналу, і мовою перекладу, також слід бути обізнаним із теорією перекладу.

Залежно від редакторської специфіки підготовки повідомлень виокремлюють такі галузі й підгалузі редагування:

- *редагування матеріалів паперових та електронних ЗМІ:*

- 1) редагування періодичних паперових видань;

- 2) редагування періодичних інтернет-видань;

- 3) редагування радіопрограм;

- 4) редагування телепрограм;

- *редагування книжкових видань:*

- 1) редагування світоглядної літератури;

- 2) редагування художньої літератури;
 - 3) редагування офіційних документів;
 - 4) редагування наукової літератури;
 - 5) редагування популярної літератури;
 - 6) редагування інформаційної літератури;
 - 7) редагування ужиткової (виробничо-технічної) літератури;
 - 8) редагування навчальної літератури;
 - 9) редагування довідкової літератури;
 - 10) редагування рекламної літератури;
 - 11) редагування дитячої літератури;
- *редагування специфічних видань:*
 - 1) редагування архівних документів;
 - 2) редагування перекладів;
 - 3) редагування перевидань;
 - 4) редагування нотних видань;
 - 5) редагування електронних книг;
 - 6) редагування зібрань творів;
 - 7) редагування акцидентних видань;
 - *редагування науково-технічної документації:*
 - 1) редагування звітів;
 - 2) редагування стандартів;
 - 3) редагування патентів і винаходів;
 - 4) редагування проєктної документації;
 - *редагування ділової документації (за жанрами документів);*
 - *редагування кінофільмів і театральних спектаклів.*

Аспекти редагування

Аспект редагування – це редагування повідомлення на основі якогось одного чи одночасно кількох видів норм. Кожен аспект має окрему назву. Аспекти редагування повідомлень стосуються одного чи одночасно кількох видів корекції.

Американський та європейський аспекти редагування подано в табл. 9.1.

Таблиця 9.1

Аспекти редагування

№	Аспект	Зміст
	1	2
Американські аспекти редагування		
1	Смисловий	перегляд тексту щодо ступеня організованості й послідовності
2	Політичний	контроль за дотриманням видавничої політики

1		2
3	Профілактичний	виправлення грубих помилок
4	Мовний	виправлення граматичних, пунктуаційних і синтаксичних помилок
5	Об'єднувальний	зв'язування посилань у тексті з відповідними додатками
6	Форматувальний	задання підпорядкованості для рубрик, шрифтів
7	Стильовий	задання підпорядкованості для цитат, чисел
8	Роз'яснювальний	задання інструкцій для конструктора й художника
9	Координаційний	полягає в редакційній діяльності
Європейські аспекти редагування		
1	Літературний	здійснюють одночасно на основі композиційних, інформаційних, лінгвістичних, психолінгвістичних та логічних видів норм
2	Технічний	виконують на основі поліграфічних норм
3	Політичний	використовують політичні норми
4	Художній	здійснюють на основі естетичних норм
5	Науковий	повідомлення контролюють на основі норм тієї науки, фактичний матеріал якої описують у повідомленні

Контрольні питання

1. Назвіть галузі редагування залежно від типу повідомлень.
2. Назвіть галузі редагування залежно від соціального, функціонального призначення і читацької адреси повідомлень.
3. Назвіть галузі редагування залежно від редакторської специфіки підготовки повідомлень.
4. Що таке аспекти редагування?
5. Які виокремлюють аспекти редагування?

Рекомендовані джерела:

1. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації / Капелюшний А. О. – Львів : ПАІС, 2005. – 304 с.
2. Карпенко В. О. Основи редакторської майстерності. Теорія, методика, практика : підручник / Карпенко В. О. – К. : Ун-т «Україна», 2007. – 431 с.
3. Мильчин А. Э. Методика редактирования текста / Мильчин А. Э. – М. : Логос, 2005. – 524 с.
4. Накорякова К. М. Справочник по литературному редактированию для работников средств массовой информации / Накорякова К. М. – М. : Флинта : Наука, 2010. – 200 с.
5. Партико З. В. Нормативний аспект і автоматизація редагування / Партико З. В. – К. : Ін-т журналістики, 2004. – 266 с.
6. Партико З. В. Основи редагування : у 2 кн. / Партико З. В. ; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2017. – Кн. 1 : Підручник. – 331 с.
7. Петрова Л. И. Общий курс редактирования : тексты лекций / Петрова Л. И. – Минск, 2004. – 54 с.
8. Тимошик М. Технічне редагування: теоретичні та практичні аспекти / Тимошик М. – К. : КНУКіМ, 2012. – 31 с. – (Теорія та історія видавничої справи і редагування ; вип. 7).
9. Тимошик М. С. Основи редагування : підруч. для студентів ВНЗ / Тимошик М. С. – К. : Наша культура і наука, 2019. – 559 с.

10. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РЕДАГУВАННЯ

Методологічну базу редагування створює низка аксіом, які базуються на об'єктивних відмінностях, що існують між відправником (автором) й отримувачем у процесі передачі повідомлень. До них зараховують:

- *ступінь новизни інформації*, яку визначив для себе отримувач, сприйнявши повідомлення, може бути не тотожний тому ступеню новизни, на який розраховував автор, генеруючи це повідомлення;
- *модальність повідомлення*, яку сприйняв отримувач, може бути не тотожна тій, в якій його згенерував автор;
- *мова*, яку використовує для сприйняття повідомлення отримувач (позначення кодами фрагментів світів, їх значення), може бути не тотожна тій мові, яку використовував автор;
- *банк інформації* реципієнтів повідомлення може бути не тотожний тому банку інформації, на який розраховував автор, генеруючи для отримувача це повідомлення;
- *механізми сприйняття тексту повідомлення*, які використовує отримувач, можуть бути не тотожні тим, які використовував автор, генеруючи текст цього повідомлення;
- *воля*, яку матиме отримувач щодо необхідності сприйняття повідомлення, може бути не тотожна тій, яка потрібна авторові цього повідомлення;
- *повідомлення*, яке отримав отримувач, унаслідок його спотворення шумами в процесі передачі може бути не тотожне тому повідомленню, яке передавав автор;
- *конкретні норми*, що існують у той час і в тому суспільстві, коли й де отримувач сприймає повідомлення, можуть бути не тотожними тим конкретним нормам, які використовував автор під час генерування цього повідомлення.

Методи редагування

Методи редагування класифікують на *формалізовані* (нетворчі) та *неформалізовані* (творчі), а також на методи *контролю* та *виправлення*. Серед методів контролю виокремлюють: параметричні, спискові, шаблонні, структурні, аналітичні, когнітивні, положеннєві, компаративні та спеціальні. Серед методів виправлення виокремлюють: переставлення, видалення, заміну, вставлення, спеціальні методи, скорочення, опрацювання та перероблення.

Також для опрацювання повідомлень у редагуванні використовують відповідні *загальнонаукові* методи.

1) Аналіз (такі його різновиди, як літературознавчий, лінгвістичний, інформаційний, логічний). Його використовують для виявлення відхилень (помилки) у повідомленні. Аналіз здійснюється шляхом порівняння елемента тексту з конкретними нормами нормативної бази.

2) Синтез (синтезування норм редагування). Методи синтезу реалізують у вигляді виправлення знайдених помилок. Існує низка методів реконструкції, частина яких є творчими. Використання цих методів частково обмежують норми авторського права.

3) Моделювання (розроблення й перевірка ефективності методів – алгоритмів контролю й виправлення помилок і спотворень). Використання *методів моделювання* полягає у створенні копії досліджуваного об'єкта на іншому носії інформації. У ЗМІ моделі можуть бути теоретичні, кібернетичні й матеріальні. Кібернетичною моделлю є, наприклад, проєкт видання, отриманий у поліграфічній системі. Крім того, ці методи використовують під час редагування виробничої, зокрема інструктивної, літератури, для дослідження наслідків впливу відредагованого тексту на реципієнта тощо.

4) Спостереження й експеримент (у формі анкетувань і опитувань). Використання *методів соціологічних досліджень* полягає у проведенні найрізноманітніших опитувань. Наприклад, для визначення ефективності редакційного етапу, в роботі з авторами. Одним із них є метод експертних оцінок, який застосовують для виявлення відповідності елемента тексту зафіксованій нормі, під час оцінювання виконаного виправлення тощо.

5) Підрахунки (в тому числі із застосуванням статистичного опрацювання даних).

6) Історичний метод. Приклад: дослідження історії книговидання.

7) Алгоритмічний метод. Використання *алгоритмічних методів* полягає у використанні наперед заданих послідовностей процедур, тобто операцій чи команд (наприклад, послідовність застосування окремих методів контролю).

8) Метод інформаційного пошуку. Використання *методів інформаційного пошуку* полягає в пошуку інформації, потрібної редакторові на різних етапах видавничого процесу для редагування повідомлення. Наприклад: пошук потрібних бібліографічних і фактографічних довідок.

На основі комбінування цих загальнонаукових методів, розробляють *конкретні методи* редагування. Оскільки під час редагування ці методи використовують постійно, редактори мають володіти ними досконало. За потреби всі зазначені методи адаптують до конкретних умов редагування повідомлень.

Методики редагування

Методики редагування – детальні інструкції, адаптовані до конкретного виду літератури, в яких описують, як на практиці слід застосовувати методи контролю, виправлення, пошуку, експертних оцінок, моделювання тощо.

У редагуванні широко застосовуються методики лінгвістичного, текстологічного та літературознавчого досліджень, закони логіки, психології та інших гуманітарних дисциплін.

Методикою виправлення рукопису називають систему найбільш раціональних прийомів, що застосовуються редактором у певній послідовності під час роботи над текстом та іншими специфічними формами подання інформації.

Робота редактора над рукописом починається з його прочитання. Під час першого читання не рекомендується вносити якісь правки, але можна робити позначки на полях олівцем. Перш ніж розпочати редакторську правку рукопису, необхідно продумати послідовність роботи, визначити, які додаткові відомості потрібно зібрати, які види правки доведеться використовувати.

Правка – це практична реалізація висновків редакторського аналізу, що передбачає внесення змін до тексту. Лише після підготовчої роботи редактор може безпосередньо перейти до правки тексту. Виправляючи текст, редактор використовує помітки, які він попередньо зробив, коли ознайомлювався з рукописом і перевіряв фактичний матеріал. На цьому етапі проводиться і мовна, і стилістична правка.

Отже, основними завданнями редакторської правки є:

- 1) усунення помилок, виявлених під час редакторського аналізу і не виправлених під час авторського доопрацювання;
- 2) досягнення виразності і ясності формулювань;
- 3) перевірка фактичного матеріалу;
- 4) усунення недоліків структури, мови і стилю;
- 5) ідейне збагачення твору.

Основні правила виправлення тексту: доречність, одноступеневість, зрозумілість, компактність.

За ступенем і характером змін у тексті правка поділяється на такі різновиди: правка-скорочення, правка-опрацювання, правка-перероблення, правка-вичитування. За суб'єктом виконання правка поділяється на такі різновиди: авторська, редакторська, коректорська. Для створення якісного тексту в процесі редагування редактор широко використовує і компенсаційні правки.

Компенсаційна правка – це спосіб збереження необхідного обсягу тексту. Видами компенсаційної правки є: правка в разі переставлення тексту, правка в разі вставлення додаткового тексту, правка в разі видалення тексту, правка в разі заміни тексту.

Переставленням називають такий метод формалізованого виправлення, коли для усунення помилки компонент повідомлення переміщують в іншу позицію. Такий метод виправлення дає змогу в повному обсязі зберегти всі складові частини авторського тексту, а отже, обсяг повідомлення не змінюється. Таким чином, авторський оригінал залишається майже незмінним, як цього й вимагають норми авторського права.

Вставленням називають такий метод формалізованого виправлення, коли для усунення з повідомлення помилки в позицію, де вона є, додають потрібний компонент. Його найчастіше застосовують у місцях, де треба чіткіше вирізьбити настрій і, рідше, у виразити смислову основу тексту. У випадках, коли вставлення повинні пояснити логічну тканину викладу, вони бувають зумовлені або композиційними, або редакторськими видаленнями.

Основні прийоми компенсації в разі вставлення додаткового тексту:

- 1) видалення тексту, без якого можна обійтися;
- 2) зменшення до мінімуму міжслівних пробілів;
- 3) зменшення міжлітерних просвітів;
- 4) об'єднання двох або декількох абзаців (за умови, що кількість знаків у кінцевих рядках менша, ніж місткість рядка даного формату);
- 5) видалення міжрядкових пробілів шляхом заміни кількох заголовків врозріз тексту заголовками у підбір з текстом.

Контрольні питання

1. Сформулюйте головні аксіоми теорії редагування.
2. Опишіть методи й методики теорії редагування.
3. Охарактеризуйте основні завдання та правила редакторської правки.

Рекомендовані джерела:

1. Жадько В. Основи журналістики та редакційно-видавничої справи : навч. посіб. для студ. ВНЗ / Жадько В. – К. : Вид-во «СПД Жадько В. О.», 2005. – 351 с.
2. Зелінська Н. В. Едиторика – теорія і практика редагування у реаліях нового тисячоліття / Н. В. Зелінська // Друкарство. – 2006. – № 5. – С. 19–24.
3. Партико З. В. Наукознавчий аналіз едитології [Електронний ресурс] / З. В. Партико // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. – 2008. – № 2. – С. 107–115. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/drgn_2008_2_22
4. Різун В. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. – К. : ВПК «Київський університет», 2005. – 104 с.
5. Тимошик М. Технологія редагування і техніка правки: теоретичні та практичні аспекти / Тимошик М. – К. : КНУКіМ, 2012. – 32 с. – (Теорія та історія видавничої справи і редагування ; вип. 5).
6. Тимошик М. Художнє редагування: теоретичні та практичні аспекти / Тимошик М. – К. : КНУКіМ, 2012. – 37 с. – (Теорія та історія видавничої справи і редагування ; вип. 6).

11. РЕДАГУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ ТА ІНТЕРНЕТ-КОНТЕНТУ

Еволюція носіїв інформації, розвиток інформаційних технологій, техніко-технологічні інновації, поширення мережі Інтернет призвело до появи нового засобу отримання інформації – електронних, цифрових ЗМІ. Відповідно до «Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації», цифровізація визначається як «насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливорює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір».

Генерування контенту, насамперед вітчизняного, «відповідно до національних або регіональних потреб сприяє соціальному, культурному та економічному розвитку, а також зміцненню інформаційного суспільства та демократії у цілому». В умовах конвергенції (технічної, контентної, професійно-функціональної, організаційної, конвергенції ринків) контент має бути крос-медійним, мультиплатформним, трансмедійним тощо. Як зазначають фахівці, «процес виробництва та розподілу контенту у різних медіаформах між різними медіаплатформами відбувається за умови активної міжплатформної співпраці та створення міжплатформних зв'язків на основі «зв'язування точок» через гіперпосилання, QR-коди, інтерактивні кнопки тощо, адже префікс «крос» демонструє реалізацію руху (перехресних переходів) між платформами» [1, с. 64].

Мультиплатформність визначається як «процес поширення ідентичного контенту чи контенту з «доданою вартістю» переважно в одній медіаформі через різні медіаплатформи без комунікативних відносин чи взаємозв'язків між цими платформами, коли журналісти, редактори мислять категоріями однієї медіаплатформи» [1, с. 64].

Особливими властивостями, які відрізняють мережні видання від традиційних каналів поширення інформації, є інтерактивність і мультимедійність. Цих якостей немає у традиційних формах передачі інформації.

Інтернет-видання можуть вміщувати й одну, й декілька веб-сторінок, які дають змогу розташовувати текст, графіку, гіпертекстові посилання, анімацію, відеоряд у різноманітних комбінаціях.

Інтерактивність інтернет-видань полягає у всебічному інформаційному обміні зі споживачами інформації. Інтерактивність у мережних ЗМІ не обмежується традиційними листами до редакції або дзвінками в студію, а дає змогу користувачу в режимі реального часу брати участь у створенні змісту, одночасно обговорювати з читачами найбільш актуальні питання й корегувати напрям розвитку сюжету. Таким чином, читач перетворюється на співавтора, повноправного учасника процесу творчої комунікації.

Аудиторія інтернету у своїй діяльності керується насамперед мотивацією спілкування, що пов'язано з природною для людини потребою в обміні знаннями та емоціями. Мотивація спілкування є чинником, який трансформує картину мережних ЗМІ, про що свідчить поява та зростання популярності нових мережних інформаційних продуктів – блогів.

Мультимедійність означає можливість передавання інформації в різних знакових системах – вербальній, графічній, звуковій, фото, відео. Сам термін «мультимедіа» виник у 90-ті рр. ХХ ст. і тлумачився як поєднання всіх каналів передавання інформації. Сучасні цифрові технології дають змогу розміщувати на сайті різноманітний контент: текстовий, графічний, аудіо- та відео-, фото-, інфографіку, інтерактивні діаграми, транслювати події у прямому ефірі, створювати подкасти й багато іншого. Мультимедійність робить журналістський твір більш живим, інформаційно змістовним, яскравим, що надає додаткові конкурентні переваги, які дають змогу розраховувати на успіх в аудиторії.

Але інтернет-видання визначаються не тільки оригінальними ознаками електронного засобу передачі інформації. Популярність цих видань ґрунтується ще й на економічному підрахунку. Витрати на інтернет-видання значно менші, ніж на нонелектронні: не портівна оренда приміщень, оплата поліграфічних послуг, витрати на закупівлю паперу, значно скорочується штат співробітників редакції та виробництва тощо. Тому веб-сторінки дають такі можливості для ЗМІ, як: постійне оновлення сторінок (змісту), наявність гіперактивних посилань, інтерактивний зв'язок з користувачами, використання у повідомленні всіх видів масової інформації (відео, графіка, текст, аудіо). Розширення можливостей інтернет-видань вимагає від журналістів нових навичок роботи із цифровими гаджетами, з HTML-редакторами, вміння здійснювати монтаж веб-сторінок, реагувати на виклики у соціальних мережах.

Здійснення редакційної роботи інтернет-видань потребує виконання окремих операцій. У книзі «Основи редагування» відомий фахівець З. В. Партико виокремлює такі етапи роботи редактора інтернет-видань:

- 1) авторський (збирання матеріалу автором);
- 2) редакційний;
- 3) конструювальний (розміщення матеріалу на веб-сторінці);
- 4) тестувальний;
- 5) розповсюджувальний (редагування у «прямому ефірі»);
- 6) підсумковий («просування» веб-сторінки і рекламування).

Розглянемо ці етапи детальніше.

На *авторському етапі* редактор контролює повноту і достовірність зібраної інформації. На *редакційному етапі* необхідно дотримуватись стандартів, зокрема ДСТУ 7157:2010 «Видання електронні. Основні види та вихідні відомості». Редакторський контроль охоплює всі процеси створення видання: його обсяг, структуру, рубрикацію, наявність гіперпосилань, автоматичного перекладу сторінки, ефективність пошукової системи, розташування та графічний дизайн, розміщення аудіо- та відеоматеріалів. *Ета-*

ни конструювання і тестування передбачають наявність пошукового алгоритму визначення інформації. Обсяг сайту має відповідати цільовим потребам аудиторії, необхідно перевірити його здатність на перезавантаження пошуковими запитами, а також видання на наявність переходу на сторінку зворотного зв'язку. На *етапі розповсюдження* необхідно забезпечити пошуковий алгоритм інтернет-видання в найбільших пошукових системах світу. *Підсумковий етап* характеризується аналізом функціонування видання у мережі, перевіркою статистичних даних (кількість звернень, підписників, тривалість перебування користувача на сайті тощо).

Під час редагування слід звернути увагу на:

- чіткість формулювань – ясність кожної фрази, правильну значеннєву комбінацію слів;
- точність мови. Неправильне вживання слів і виразів призводить до двозначності, неправильного розуміння висловленої думки;
- простоту та ясність мови. В авторських оригіналах трапляються багатослівність, повторюваність трафаретних і вигаданих слів, канцеляризми, перенасиченість цифрами.

Необхідно скорочувати текст. Так, публікація в нонелектронному виданні не може бути аналогічна статті у виданні мережному, вона має бути коротшою і виразнішою.

Як зазначає М. Женченко, робота ЗМІ в умовах конвергенції та мультимедіатизації редакцій потребує зміни професійних компетенцій редакторів, появи редакторів із новими функціональними обов'язками. Редактор ЗМІ має готувати інформаційний матеріал так, щоб його одночасно можна було оприлюднити у нонелектронному виданні, теле- чи радіопрограмі, мережному ресурсі. Основна увага в редакційно-видавничому процесі зміщується з готового видавничого продукту на контент, який може змінюватися залежно від потреб комунікаційного засобу, за допомогою якого читач цей контент отримує.

У конвергентній мультимедійній редакції значно розширюються функції *головного редактора (шеф-редактора)*, який має інтегрувати всі робочі процеси зі збирання, опрацювання та подання інформації аудиторії. Він керує редакційним процесом, вирішує, які історії мають бути висвітлені, хто їх висвітлюватиме, для якої платформи, яке потрібно обладнання, які терміни виконання, розподіляє роботи між журналістами, зважаючи на професійні якості кожного.

Найважливіша відмінність головного редактора конвергентної редакції від головного редактора традиційної редакції – це вміння орієнтуватись у різних комунікаційних платформах та швидко визначати, яку подію на якій платформі краще подати аудиторії, адже від того, для якого виду ЗМІ готуватиметься інформація, залежить і сама ідея історії, і способи збирання та добору інформації, і специфіка її підготовки до оприлюднення. Інколи, за аналогією із закордонною практикою, головного редактора конвергентної редакції називають редактором-продюсером, мультимедіапродюсером, редактором-режисером.

Попри мультимедіатизацію та конвергенцію, основне завдання ЗМІ – дати читачеві контент належної якості, адже якісний контент – це те, що дасть змогу пресі вижити й залишитись інтелектуальною, освічені репортери та редактори допоможуть сформуванню журналістики майбутнього.

Саме зважаючи на вимоги творення якісного контенту для різних платформ, керівники багатьох українських ЗМІ воліють створювати не конвергентну редакцію, а кілька окремих редакцій, кожна з яких працює над створенням контенту для певної платформи (принт, сайт тощо). У такому разі редакція друкованої версії тісно співпрацює з редакцією мультимедійних інтернет-ресурсів. Остання ж є основним джерелом появи новітніх редакторських професій.

У редакції мультимедійного інтернет-ресурсу за змістову та професійну якість контенту відповідає редактор інтернет-ресурсу (сайту, порталу). Він контролює весь контент сайту: регулярно перевіряє правильність і коректність текстів на сайті, відображення гіперпосилань, координує роботу журналістів, дизайнера, копірайтера, контент-редактора, планує та організовує роботу сайту. До його функціональних обов'язків належить розробка плану медійних комунікацій, структури, модульної сітки сайту, визначення потреби в написанні статей та оглядів, тематики матеріалів, контроль за якістю виконаних робіт, пошук авторів, редагування статей, керування роботою редакції інтернет-ресурсу, організація системи пошуку, виправлення помилок на сайті, просування сайту.

Функції редактора сайту аналогічні до функцій випускового або шеф-редактора в друкованому виданні. У деяких інтернет-редакціях цю посаду називають *«головний редактор мережної команди»*.

Контент-редактор інтернет-ресурсу фактично є журналістом і редактором водночас, оскільки він пише статті, прес-релізи, новини, заголовки та цілісні тексти, які можна змінювати або поновлювати на сайті, відповідає за наповнення, ведення веб-сайту. До посадових обов'язків контент-редактора належить аналіз матеріалів інтернету й інших джерел для написання унікальних текстів (унікальними вважають ті тексти, які ще не були надруковані), оптимізованих для прочитання у пошукових системах, редагування та оптимізація готових текстів, рерайтинг, ведення стрічки новин. Отже, контент-редактор об'єднує функції літературного редактора, журналіста, копірайтера (людина, яка створює унікальні рекламні тексти на замовлення) та рерайтера (людина, здатна створювати тексти для статей на основі вже написаних). Це підтверджують і вимоги роботодавців, які часто подають назву вакансії як *«контент-редактор, копірайтер»* або ж зазначають, що *«досвід роботи копірайтером, рерайтером, літературним редактором схвалюється»*.

М. Женченко зазначає, що залежно від обсягів матеріалу на сайті, за якість окремих частин контенту сайту можуть відповідати кілька редакторів, зокрема редактор мультимедійного контенту, редактор сформованого читачем контенту, редактор стрічки новин.

Редактор мультимедійного контенту (мультимедіаредактор, веб-редактор мультимедійного контенту) готує випуски новин із відео та аудіо, робить фоторепортажі, розміщує на сайті веб-версії телевізійних передач, окремі сюжети програм, закадрове відео, фотогалереї та інші мультимедійні матеріали.

Редактор сформованого читачем контенту опрацьовує інформацію, яка надходить на інтернет-ресурс видання від користувачів сайту (коментарі, аудіо- та відеофайли, матеріали громадянської журналістики, написані зацікавленими читачами). У деяких редакціях ця посада має назву модератора читачького контенту. Наприклад, фотознімки незвичайних подій, які читач побачив по дорозі на роботу, або новину про те, що десь утворився дорожній затор, і краще туди зараз не їхати. Для цього буде достатньо мобільного телефону, з якого можна подзвонити в редакцію, надіслати свою новину електронною поштою або скинути фото й відео з місця події. На оновленому сайті газети «Сейчас» буде створено окремий блок «Читацький стовпчик», куди мають потрапляти такі новини. Для того щоб читачі газети могли оперативно одержувати цю інформацію на сайті, редакція планує взяти на роботу модератора читачького контенту.

Редактор стрічки новин відповідає за наповнення всіх рубрик стрічки новин (пошук інформації, рерайт і публікація на сайті новинних матеріалів). До його функціональних обов'язків належить моніторинг ЗМІ та пошук основних подій дня, написання заголовків, добирання ілюстрацій до новин та їх опрацювання, підготовка фотогалерей для сайту, взяття коментарів та написання ексклюзивних новин для стрічки, робота з експертами та ньюзмейкерами.

В окремих інтернет-редакціях для просування сайту створюють посаду редактора спільнот. Його обов'язок – формувати спільноти, починати й допомагати вести дискусії, відповідати на запитання, пояснювати, допомагати користувачам інтернет-ресурсу в окремих проєктах, заохочувати читачів до створення контенту для електронного чи нонелектронного видання.

О. В. Терханова проаналізувала терміни «редактор потоку новин», «редактор мультимедійного контенту». На її думку, поняття означають вузькі спеціалізації, що можуть існувати як окремі посади в редакційному відділі, а можуть і поєднуватися з обов'язками редактора сайту – це залежить від штату і структури мережного ЗМІ.

Деякі науковці щодо онлайн-видань виокремлюють редакторів-модераторів, редакторів-фасилітаторів та редакторів-рерайтерів – знову ж таки йдеться про один з аспектів редакторської роботи в мережі.

Найбільш вдалимими дефініціями для позначення посади **редактора онлайн-видання ЗМІ** в Інтернеті авторка вважає «редактор сайту», «інтернет-редактор», «контент-редактор».

Мультимедійний характер здійснюваної роботи призвів до істотного розширення обов'язків редактора, опанування нових ролей та навичок, що раніше не входили до компетенції такого фахівця.

Хоча Інтернет пропонує нове, відмінне від традиційних ЗМІ, комунікативне середовище, все ж діяльність редактора в періодиці та в «онлайні» має низку спільних рис. Серед них фахівці виокремлюють такі:

- досвідчений редактор матеріалів у ЗМІ є провідним фахівцем, що керує всіма процесами. Саме від професіоналізму редактора багато в чому залежить те, наскільки якісно буде подано у виданні контент;

- редактор вивчає та аналізує потреби читача в тому чи іншому контенті, а виявлення актуальних питань та напрямів діяльності медіа має співвідноситися із тематикою видання, його концепцією тощо;

- редактор готує та публікує матеріали, що мають відповідати всім нормативним вимогам, а також продукуються з урахуванням інтересів аудиторії;

- власне редагування та перевірка матеріалів, робота із зображальними елементами (інфографікою, фотографіями, схемами, діаграмами тощо) – ще один спільний напрям діяльності редакторів;

- робота з авторами видання у формі надання рекомендацій та порад щодо покращання матеріалів (як дотепно зазначає Р. Крейг, редактор – це не «озлоблений псих, що тільки й може захоплено вказувати вам на ваші помилки»). Навпаки, редактор, якщо він професіонал, є найкращим другом журналістів;

- здійснення контролю за рівномірним та вчасним наповненням рубрик також є одним із завдань редакторів як традиційних, так і онлайн-ових ЗМІ;

- безпосереднє керування роботою редакції, тобто добір кадрів та координація дій усіх працівників, що готують змістове наповнення медіа;

- використання у професійній діяльності редактора комп'ютера як основного робочого інструмента і, зокрема, програмних засобів, що значно полегшують та прискорюють процеси створення, обробки й публікації матеріалів тощо;

- як зауважує Р. Крейг, не слід розцінювати роботу редактора як пов'язану суто із виправленням орфографічних та граматичних помилок. До завдань такого фахівця також входить пошук фактичних помилок, тобто таких, що перекручують зміст і навіть можуть створити для видання проблеми із законодавством;

- редактору традиційних та онлайн-ових ЗМІ доречно дотримуватися сформованих М. Тимошиком критеріїв щодо оцінки текстової частини із трьох позицій: фактажу, композиції та манери викладу.

Редактор має з'ясувати, наскільки суспільно важливі той факт чи факти, на яких базується матеріал, оцінити його новизну, а також перевірити достовірність наведених фактів.

Аналіз композиції текстової частини передбачає вивчення послідовності викладу, що дає змогу виявити логічний взаємозв'язок усіх частин матеріалу – вступної, основної, заключної. При цьому початок матеріалу має містити елементи, які б викликали в аудиторії почуття заінтригованості та спонукали ознайомитися із матеріалом.

Втручання в авторську манеру викладу має бути вмотивованим і делікатним. Головна мета редактора у цьому плані – вдосконалити мову та стиль твору, виправивши граматичні, синтаксичні та стилістичні огріхи.

Щоб редактор міг ґрунтовно оцінити змістовне наповнення авторського матеріалу, він повинен вільно орієнтуватись у різноманітних галузях знань, бути обізнаним у численних питаннях соціально-політичного, наукового і мистецько-культурного життя.

Щодня такий спеціаліст стикається з різноманітними за тематичним спрямуванням матеріалами, тому поступово редактор перетворюється на універсального фахівця, обізнаного як у проблемах економіки, так і, наприклад, у світі сучасної моди. Головним джерелом накопичення знань для створення точного та якісного контенту при цьому залишається Інтернет.

Однак не меншою є кількість тих відмінностей, які розмежовують роботу редактора над продукуванням контенту в друкованих ЗМІ та інтернет-виданнях. Аналіз роботи інтернет-редакцій засвідчує, що коло професійних обов'язків редактора в «онлайні» значно ширше, ніж у друкованих аналогах. Редактор інтернет-ЗМІ виконує всі свої обов'язки з огляду на запити аудиторії в мережі, враховує швидкість подачі матеріалів, необхідність більшої або меншої візуалізації, ширшого вибору текстів для прочитання або перегляду, а також необхідність оновлювати контент сайту в режимі «24/7».

На думку іспанського професора школи комунікацій університету Наварри Хосе Луїса Оріуела, у цьому контексті такому фахівцю, як редактор потрібно зважати на те, що цифрові технології змінили класичну модель ЗМІ, актуалізувавши нові медійні парадигми: з'явилась нова граматика – гіпертекст, нова мова – мультимедіа, інформація стала уособлювати знання, а періодичність для медіа в Інтернеті взагалі зникла як поняття тощо.

Якщо говорити про ключові відмінності редакторської діяльності в Інтернеті від роботи в традиційних медіа, спеціалісту названого профілю слід взяти до уваги те, що тепер фокус змістився від суто редакційного до універсального змісту роботи редактора.

Крім того, відбувся перехід від форматів до контенту. Якщо редактор традиційних медіа розмірковує категоріями того типу ЗМІ, в якому працює (газета, журнал, телебачення, радіо), то редактор онлайн-видань думає не про формат, а про змістовне наповнення, яке й визначає саме медіа. Це пов'язано з тим, що Інтернет увібрав у себе характерні риси всіх засобів масової інформації, поєднавши текстову, аудіальну, візуальну форми подання змісту.

Тож сьогодні контент визначає імідж інтернет-видання, оскільки зміст безпосередньо є тим чинником, який змушує аудиторію довіряти чи не довіряти вашому ЗМІ.

Сучасні редактори, працюючи в онлайн-ЗМІ, знають, що контент в Інтернеті може не тільки відповідати інтересам певної цільової аудиторії, але й створюватися з урахуванням конкретних запитів кожного окремого користувача.

Якщо аудиторії традиційних ЗМІ властива пасивність у споживанні пропонованої інформації, то «юзери» в Інтернеті, навпаки, є втіленням концепції «активного користувача», який використовує інформаційний простір на свій смак: він має можливість обирати, шукати, налаштовувати контент під себе, підписуватись або відписуватись, коментувати, а також самотійно виробляти контент (User Generated Content – UGC).

Відбувся перехід від періодичності до надоперативності. Якщо газета, журнал, телевізійний чи радіовипуск новин виходять із певною, чітко окресленою періодичністю, то редактор у мережі відповідає за поширення контенту в режимі реального часу, особливо це стосується новинних матеріалів.

Мережа не диктує редактору чіткого регламенту роботи, а це означає, що фактично такий фахівець має бути готовим до роботи із контентом «тут і зараз». Через це редактор часто не встигає прочитати матеріали хоча б двічі: по-перше, щоб виправити орфографічні та пунктуаційні неточності та, по-друге, пересвідчитись у відповідності фактів поданому матеріалу, тому цілком імовірною є ситуація, коли редактор знайомиться з матеріалом перед його публікацією або вносить у нього виправлення навіть після того, як він з'явився на сайті.

Не такого оперативного підходу до редагування матеріалів потребує робота із великими мультимедійними історіями, або, як їх ще називають, лонгридами. Зазвичай такі спецпроекти готують кілька тижнів, а то й місяців, тому редактори намагаються приділяти редагуванню таких матеріалів більше часу, ніж редагуванню новинних текстів. Сучасні надоперативні умови життя свідчать про те, що до написаної вчора новини сьогодні вже може ніхто й не повернутись, а вдалий проєкт у жанрі «журналістики довгих форм» буде ще довго обговорюваним у мережі та стане джерелом для формування іміджу якісного й цікавого видання.

Важливою є трансформація від дефіциту місця для контенту до його надлишку. Особливості традиційних ЗМІ – кількість газетних шпальт, хронометраж радіо- чи телевізійного випуску, а онлайніві ресурси не обмежують розміри для подання контенту в Інтернеті. Водночас редактор у мережі бореться за інший ресурс – увагу читачів. Оскільки аудиторія перенасичена «інформаційними шумами», завданням редактора стає пошук нових навичок та інструментів для управління контентом: новинами, думками, даними тощо. Читачам пропонують різноманітні інструменти для навігації інтернет-ЗМІ – агрегація новин, рекомендації контенту, складання списків, рейтингів, трендів, генерація змісту самими читачами тощо.

Сучасні редактори спостерігають також перехід від даних до знань. На думку Хосе Луїса Оріуела, велика кількість даних, які пропонує сьогодні мережа, повертає ЗМІ стратегічну роль соціальних менеджерів знань. Наразі одним із ключових завдань редактора стає пошук, інтерпретація, фільтрування та аналіз даних і насамкінець трансформація їх у знання. Тобто, по суті, відбувається генерація інформації про інформацію.

В українському сегменті онлайн-ЗМІ такий підхід до створення контенту пропонує інтернет-видання «Texty.org.ua», яке на основі аналізу великих масивів цифрових даних пропонує певне бачення історії.

До сучасного редактора, що працює з даними, висуваються вимоги володіння базовими знаннями мов програмування. Онлайн-медіа перейшли від лінійної оповіді до гіпертексту.

Редактор традиційних ЗМІ має дбати про логічно структурований лінійний виклад матеріалу, в якому автор контролює темп розповіді. Особливість же онлайн-медіа полягає у продукуванні нелінійного просторового контенту, що забезпечується можливостями гіпертексту, який ще називають граматикую цифрового світу. Таким чином, зміст фрагментується на невеликі одиниці, між якими вибудовуються зв'язки (їхню роль виконують гіперпосилання, які умовно пропонують назвати сучасним алфавітом).

Оскільки редактор у мережі відповідає за моделювання адекватного контексту (бекграунду) історії, необхідно стежити за наданням актуальних посилань на ті чи інші матеріали, які пов'язані із конкретною статтею. Велика кількість «битих» посилань зменшує авторитет онлайн-медіа серед читачів.

Тобто редактор традиційного медіа відповідає за часову організацію контенту, а фахівець онлайн-медіа – за просторову.

Характерним є також перехід від вузького до ширшого розуміння текстового контенту сайту.

Як і в традиційній, так і в онлайн-медіа редакціях перед публікацією матеріалу редактор здійснює редагування текстової частини матеріалу: за першоджерелами перевіряє правильність написання наведених цифрових даних і цитат, написання і вживання науково-технічних термінів, імен, одиниць виміру, відповідність символів, визначає форму подання матеріалу.

Однак якщо у традиційних ЗМІ редактор розцінює текст як звичний матеріал, придатний до публікації, то в мережі текстова частина може бути використана для побудови унікального контенту для зацікавлення аудиторії через прийоми реклами чи Public Relations або, приміром, як джерело для SEO-оптимізації тощо.

На відмінностях принципів створення та редагування контенту в мережі від традиційних ЗМІ наголошує і український медіадослідник А. Захарченко. У своїй книзі «Інтернет-медіа» він пише про те, що редактор та журналіст, які працюють в «онлайн», мають подбати про:

– клікабельність заголовків. Якісний клікабельний заголовок має містити дію та зачіпати інтереси аудиторії – можна апелювати до питань безпеки, комфорту, матеріальних благ, звичок, розваг. У новинній стрічці перед читачем не розгортається вся стаття, як це буває в газеті чи журналі, тому «примусити» споживача вашого ЗМІ «клікнути» на певний матеріал – беззаперечний обов'язок редактора в Інтернеті;

– простоту викладу. Редактор відповідає за те, щоб подати читачам адекватний для сприйняття матеріал, не перенасичений суцільними складнопорядними та складносурядними реченнями або ж «закрученими» порів-

няннями. Отже, текст має бути зрозумілим із першого разу. Такого ж правила дотримуються редактори, що працюють на радіо і телебаченні, оскільки в аудиторії більше не буде можливості повторно звертатись до того матеріалу, який уже пролунав, а от газетна стаття дає змогу читати вдумливо;

– структурування тексту. Особливо, якщо йдеться про значний за обсягом матеріал, його слід логічно розбивати на кілька фрагментів. Лінією поділу між цими текстовими частинами зазвичай слугують підзаголовки, укладені списки або мультимедійний зміст. Наприклад, в українському онлайн-виданні «Економічна правда» діє правило: кожні дві тисячі знаків матеріалу розбивати підзаголовком.

Редактор в Інтернеті має враховувати й той факт, що сучасні технологічні засоби дають змогу подавати інтерактивне й динамічне зображення змісту на сайтах, коли читач, в якій би частині матеріалу не перебував, може наочно бачити, де саме він є, та за необхідності перестрибувати з однієї частини на іншу;

– можливості персоніфікованого подання інформації. А. Захарченко переконаний, що в Інтернеті люди звикли отримувати інформацію не від уявної редакції, а від конкретних людей і, цілком допустимо, навіть від вигаданих персонажів.

Редакція має бути представлена як «живий організм», тому на сайті видання доречним буде розмістити фотографії, посилання та сторінки у соцмережах учасників робочого колективу, авторів-фрилансерів тощо.

Отже, до завдань редактора для створення цікавого та актуального контенту входить пошук і налагодження контактів із відомими компетентними особистостями або цікавими представниками інтернет-спільноти, які зможуть давати вашому виданню інтерв'ю, писати блоги та авторські колонки.

Контрольні питання

1. Назвіть основні етапи роботи редактора інтернет-видань.
2. Охарактеризуйте функції головного редактора (шеф-редактора) у конвергентній мультимедійній редакції.
3. Які функціональні обов'язки контент-редактора інтернет-ресурсу?
4. Охарактеризуйте обов'язки редактора мультимедійного контенту, редактора сформованого читачем контенту, редактора стрічки новин.
5. Порівняйте функції редактора у нонелектронному та електронному ЗМІ.

Рекомендовані джерела:

1. Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія / М. І. Женченко. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Жнець, 2019. – 440 с. : табл.
2. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ / М. І. Женченко // Наук. зап. Ін-ту журналістики. – 2012. – Т. 49. – С. 142–146.
3. Захарченко А. Інтернет-медіа / Захарченко А. – К. : Видавець Марченко, 2014. – 198 с.
4. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Крейг Р. ; пер. з англ. Андрія Іщенка. – К. : Києво-Могилян. акад., 2007. – 323 с.
5. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації [Електронний ресурс] : розпорядження Кабінету Міністрів України ; Концепція, План, Заходи від 17.01.2018 № 67-р. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80/ed20180117#n20>
6. Назаренко К. О. Алгоритми редагування користувацького контенту в інтернет-медіа [Електронний ресурс] / К. О. Назаренко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2018. – № 2. – С. 75–80. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2018_2_14
7. Партико З. В. Галузеве редагування в засобах масової інформації : конспект лекцій / Партико З. В. – Львів : Афіша, 2007. – 101 с.
8. Партико З. В. Основи редагування / Партико З. В. ; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2017. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Кн. 1 : Підручник. – 331 с.
9. Самуляк О. В. Інтернет-журналістика України: історія, особливості та перспективи розвитку : монографія / О. В. Самуляк. – Луцьк : Волин. обл. друк., 2019. – 212 с.
10. Тимошик М. Редакторський аналіз: завдання, зміст, логічні засади / Тимошик М. – К. : КНУКіМ, 2012. – 31 с. – (Теорія та історія видавничої справи і редагування ; вип. 4).
11. Терханова О. В. Редактор у традиційних та онлайн-медіа [Електронний ресурс] / О. В. Терханова // Communications and communicative technologies. – 2019. – Вип. 19. – С. 76–83. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/cctech_2019_19_13
12. Шевченко В. Е. Контент у журналістиці та видавничій справі [Електронний ресурс] / Шевченко В. Е. – Режим доступу : <https://issuu.com/victoryshe/docs/1-1mediaccontent1.pptx>

ГЛОСАРІЙ

А

Абзац – множина рядків, які завершуються розділювачем абзаців. Усі рядки абзацу, крім першого й останнього, однаково вирівняні (перший, що починається з абзацного відступу, та останній рядок, часто неповний, можуть мати інші способи вирівнювання). Абзац має також верхній та нижній форматні пробіли, які можуть відрізнитися від внутрішньоабзацних відстаней між рядками (інтерліньяжу).

Автор – фізична особа, яка власною творчою працею підготувала повідомлення і зафіксувала його на носії інформації.

Авторське право – 1. Сукупність юридичних норм, які регулюють правові відносини між авторами (з одного боку) та ЗМІ й іншими юридичними чи фізичними особами (з другого боку) щодо створення, публікування й використання їхніх (авторів) повідомлень. 2. Установлене законом право автора на створене ним повідомлення, його публікування, поширення, публічне виконання, переклад іншою мовою, перероблення, право на авторську винагороду й недоторканність повідомлення. В різних країнах авторське право діє впродовж різних термінів.

Авторський етап – перший етап видавничого процесу, коли автор творить (генерує) повідомлення, яке оформлює у вигляді тексту, записує його на носій інформації, а також за необхідності добирає чи створює до нього нетекстову частину.

Адвербіалізація повідомлення – одне із завдань редагування, яке полягає в пристосуванні повідомлення до того місця (локалізація), часу (темпоралізація) та ситуації (ситуатизація), в яких реципієнти його сприйматимуть.

Актуальність повідомлення – ступінь необхідності конкретного повідомлення для виконання теоретичних і практичних завдань, що стоять у певний час перед певним суспільством.

Анотація – коротке вторинне повідомлення (в середньому до 600 знаків), що дає характеристику змісту, форми, цільового та реципієнтського призначення основного первинного повідомлення.

Апарат видання – складова частина оригіналу (видання), до якої належать доповнювальні (примітки, коментарі, передмови, післямови, додатки, списки скорочень, одиниць вимірювання, умовних позначень, авторів, глосарії), джерельні (бібліографічні описи), пошукові (змісти, покажчики й колонтитули) та інші (епіграфи, присвяти, змісти багатотомних видань тощо) компоненти.

Аспекти редагування – множина одного чи одночасно кількох видів норм, на основі яких здійснюють редагування повідомлення. За рівнем важливості найчастіше виокремлюють літературний, технічний, політичний та художній аспекти.

В

Верифікація повідомлення – одне із завдань редагування, яке полягає в установленні модальності повідомлення (відношення його інформації до реальності) й перевірці його тверджень на істинність, коли його модальністю є реальність.

Видавнича справа – провадження або поєднання суб'єктами господарювання таких видів діяльності: видавничої діяльності, виготовлення видавничої продукції, розповсюдження видавничої продукції.

Видавнича галузь – 1. поліморфна динамічна система, яка містить сукупність ознак синергетичних систем: відкритість, нелінійність, ентропійність, невизначеність. 2. Складна система, елементи якої утворюють сектори економіки, що забезпечують створення, оцінювання, відтворення та поширення інформації у формі видань різних видів (книги, газети, журнали) та форматів (електронні та нонелектронні).

Видавнича структура оригіналу містить обов'язкові (основний текст, вихідні відомості) та необов'язкові, або факультативні (рубрики, зміст, колонтитули, ілюстрації, таблиці, формули, покажчики та примітки) компоненти. За іншою класифікацією в оригіналі виокремлюють вихідні відомості, текстові компоненти, нетекстові компоненти й апарат видання.

Видалення – формалізований метод виправлення повідомлення, який полягає в усуненні елемента, що містить помилку.

Види повідомлень – результат класифікації повідомлень за найзагальнішими ознаками – соціальним призначенням та читацькою адресою: 1) художні; 2) публіцистичні (друковані й радіотелевізійні); 3) офіційні (ділові); 4) наукові; 5) популярні; 6) інформаційні; 7) виробничі (технічні); 8) навчальні; 9) довідкові; 10) рекламні; 11) дитячі.

Виправлення – приведення компонента повідомлення, що містить помилку, виявлену в процесі контролю, у відповідність до нормативної бази. Види виправлень: переставлення, видалення, заміна, вставлення, спеціальні методи, скорочення, опрацювання, перероблення.

Вставлення – формалізований метод виправлення повідомлення, за якого для усунення помилки в позицію, де вона розташована, додають потрібний елемент.

Г

Галузеве редагування – складова частина едитології, яка досліджує специфіку нормативного й творчого редагування в конкретних видах повідомлень.

Глосарій – список використаних у повідомленні основних термінів та їх визначень.

Д

Джерельні компоненти – компоненти апарату видання (описи), які вказують на джерело будь-якого запозичення з інших повідомлень, що є в основному тексті. Джерельні компоненти оформлюють у вигляді приміток.

Дискурс – одиниця найвищого рівня лінгвістичної структури повідомлення, яка об'єднує один чи кілька розділів і призначена для передачі інформації. У видавничій структурі повідомлення відповідає виданню.

Е

Едитологія – прикладна суспільна інформологічна наука, яка досліджує методологічні засади підготовки повідомлень у процесі їх публікування (оприлюднення) у засобах масової інформації.

Ефективність редагування – відношення кількості позначок, коректно виправлених певним методом реконструкції, до загальної кількості помилок у повідомленні. Дорівнює добутку ефективності контролю на ефективність виправлення.

З

Загальне редагування – складова частина едитології, яка досліджує нормативне й творче редагування незалежно від видів повідомлень.

Заміна – формалізований метод виправлення, під час якого з повідомлення видаляють елемент, що містить помилку, а замість нього вставляють інший, без помилки.

Зміст – пошуковий компонент апарату видання (оригіналу), що містить винесений за межі основного тексту перелік рубрик повідомлення, поданий у порядку їх розташування в повідомленні. Розрізняють: змісти-переліки, змісти-рубрикатори, змісти короткі й повні, змісти одно- й багатомних видань.

Значення слова – інформація, яка міститься в еталонному образі слова. Виокремлюють: семантичне пряме й переносне, граматичне, стилістичне, емоційне, ідеографічне (в тому числі асоціативне) значення.

І

Ілюстрація – інформація, зафіксована у вигляді точок (пікселів) на носії інформації, яку призначають для передачі реципієнтам. Кожен піксел має певні координати у двомірному просторі, а також колір та інтенсивність. У видавничій справі ілюстрація складається з трьох компонентів: а) посилання в основному тексті на ілюстрацію; б) власне ілюстрації; в) підпису до ілюстрації. Перший і третій компоненти для деяких видів повідомлень (наприклад, публіцистичних) факультативні.

Інструменти редагування – засоби, за допомогою яких здійснюють редагування повідомлень (ручка, олівець, гумка, екран дисплея комп'ютера, клавіатура, мишка й текстовий процесор).

Інтерактивність інтернет-видань – всебічний інформаційний обмін зі споживачами інформації.

Інтерпретація повідомлення – одне із завдань редагування, яке полягає в тому, щоб до певних типів повідомлень, у які заборонено вносити виправлення безпосередньо в текст, додати такі коментарі, що опосередковано виправляють порушені норми.

К

Калькування – подання в повідомленні чужомовного слова чи словосполучення за допомогою літер рідної мови, які позначають фонетичне звучання чужомовного слова чи словосполучення.

Кегль – розмір висоти шрифту, поданий у пунктах.

Ключове слово – слово чи словосполучення тексту повідомлення, яке відтворює (називає) одну з його тем (основних, додаткових). Повна множина ключових слів повідомлення утворює пошуковий образ документа.

Когнітивний метод контролю – метод контролю, який дає змогу перевірити істинність значень і сумісність компонентів повідомлення. Див. також «Істинність твердження».

Колонтитул – пошуковий компонент апарату видання (оригіналу), що містить один рядок вгорі чи внизу сторінки, відокремлений від основного тексту (наприклад, лінійкою), і подає адресу цієї сторінки в повідомленні. Розрізняють колонтитули: а) змінні та постійні; б) текстові та ілюстровані; в) ліві та праві.

Комп'ютерне видання – видання, записане на комп'ютерних носіях інформації. Переглядають на екрані дисплея або можуть надрукувати на папері.

Комп'ютерне редагування – редагування, яке виконують на комп'ютері за допомогою різних систем редагування. Виокремлюють комп'ютеризоване, автоматизоване й автоматичне редагування.

Композиційні одиниці – речення, надфразні єдності, підпідрозділи (параграфи), підрозділи, розділи (блоки), частини, томи.

Конвергенція – результат злиття, інтеграції інформаційних та комунікаційних технологій у єдиний інформаційний ресурс.

Контекст – текст, розташований зліва і справа від обраної в повідомленні позиції.

Конфіденційна інформація – інформація, доступна лише для чітко визначеного кола фізичних чи юридичних осіб. Коло таких осіб визначають нормативні документи.

Коректурні знаки – спеціально утворена для видавничої справи і прийнята на державному рівні (наприклад, у вигляді державного стандарту) множина знаків, які використовують для фіксації місця розташування помилок в оригіналі чи його копії та завдання методу їх виправлення.

Крос-медіа – процес виробництва та розподілу контенту в різних медіаформах між різними медіаплатформами за умови активної міжплатформної співпраці та створення міжплатформних зв'язків на основі «зв'язування точок» через гіперпосилання, QR-коди, інтерактивні кнопки тощо, адже префікс «крос» демонструє реалізацію руху (перехресних переходів) між платформами.

М

Методи редагування – послідовності дій (алгоритми), які на основі нормативних баз виконують над повідомленням. Застосовують дві основні групи методів: методи контролю й методи виправлення.

Методики редагування – детальні інструкції, в яких описують, що на практиці під час опрацювання повідомлень слід застосовувати в конкретній ситуації.

Мультимедійність – можливість передавання інформації в різних знакових системах: вербальній, графічній, звуковій, фото, відео.

Мультиплатформність – процес поширення ідентичного контенту чи контенту з «доданою вартістю» переважно в одній медіаформі через різні медіаплатформи без комунікативних відносин чи взаємозв'язків між цими платформами, коли журналісти, редактори мислять категоріями однієї медіаплатформи.

Н

Норма редагування – список, шаблон, структура (модель) чи положення, якими в оптимальних повідомленнях виражені компоненти їх структури. Структура норми: агент, адресат, зміст, характер, умови, санкція.

Нормативна база – упорядкована множина норм редагування. Існують нормативні бази: а) конкретних видань; б) конкретних ЗМІ; в) спільна для всіх ЗМІ, що функціонують у певний час у певному суспільстві (нормативна база суспільства).

Нормативне редагування – редагування, яке полягає в приведенні повідомлення у відповідність до нормативної бази, що існує в певний час у певному суспільстві на певній території. Здійснює нормативне редагування людина (редактор) або система редагування.

О

Об'єкт видавничої справи – видавнича продукція. Види видань, що належать до видавничої продукції, визначаються відповідними національними стандартами.

Об'єкт редагування – об'єкт, над яким здійснюють операції редагування: авторський оригінал, видавничий оригінал, конструкція видання, проєкт видання, а також наклад видання.

П

Передредагування – перший етап комп'ютерного редагування, який полягає в підготовці редактором повідомлення для його опрацювання системою редагування. Див. також «Інтерредагування» і «Постредагування».

Перероблення – неформалізований (творчий) метод виправлення повідомлення, в процесі якого роблять переставлення, видалення, заміни, вставлення та скорочення.

Політичне редагування – аспект редагування, який полягає у контролі за дотриманням політичних норм та виправленні виявлених помилок. Використовують щодо видань, які представляють офіційні органи політичних партій.

Положеннєвий метод контролю – метод контролю, в процесі якого компоненти повідомлення перевіряють на відповідність положенням нормативної бази.

Помилка – відхилення від норми. Як відхилення помилка є доповненням помилкового компонента повідомлення до нормативного компонента.

Посилання – інструмент апарату видання, який стоїть біля одного компонента видання і вказує на адресу компонента, розташованого в іншому місці. Розрізняють посилання на ілюстрації, таблиці, формули, одиниці композиції, примітки, описи різних видів тощо.

Постредагування – один із трьох (а саме третій) етап комп'ютерного редагування, який полягає у виправленні редактором тих помилок, що залишилися в повідомленні після опрацювання системою редагування. Див. також «Передредагування» й «Інтерредагування».

Предмет редагування – приведення об'єкта редагування у відповідність до чинних у певний час у конкретному суспільстві норм, а також його творча оптимізація, метою яких є отримання заданого соціального ефекту.

Р

Редагування – виробничий процес опрацювання повідомлень у ЗМІ. Види: нормативне і творче.

Реципієнт – фізична особа, яка сприймає повідомлення. Типи реципієнтів: читачі, слухачі та глядачі.

Рубрика – назва одиниці композиції (тому, частини, розділу, підрозділу, підпідрозділу), яка відображає її тему. В періодичних виданнях виокремлюють рубрики постійні та змінні.

С

Скорочення (вид виправлення) – неформалізований (творчий) метод виправлення, під час якого методом видалення окремих елементів зменшують обсяг повідомлення (за умови відсутності в ньому помилок).

Соціальна ефективність (повідомлення) – зміни, що виникли в суспільстві внаслідок публікування повідомлення. Показники соціальної ефективності: економічний ефект, натуральні показники, сума знань, позитивні емоції, почуття прекрасного чи всі ці показники в комплексі.

Спеціальні методи виправлення – методи виправлення, які використовують для опрацювання нетекстових компонентів оригіналу.

Спеціальні методи контролю – методи контролю, під час яких компоненти повідомлення перевіряють на відповідність нормативній базі унікальними методами, призначеними лише для певної обмеженої групи видань чи навіть одного видання (наприклад, словників).

Список – вид норми, поданої у формі множини послідовно розташованих ланцюжків символів.

Списковий метод контролю – метод контролю, під час якого компоненти повідомлення перевіряють на відповідність спискам нормативної бази.

Стандарт (видавничий) – норма редагування, вироблена і затверджена державою.

Т

Творче редагування – оптимізація повідомлення, яка базується на інтуїції редактора.

Тезаурус – 1. Банк знань, який є в реципієнта чи їх групи. Тут банк знань – множина змінних, предикатів, кванторів і утворених із них тверджень, якою володіють автори, реципієнти й редактори. Види: простий, звичайний, складний. 2. Словник, що має спеціальну будову. В тезаурус входять або лише слова (словниковий запас реципієнтів), або слова та зв'язки між ними.

Текстовий процесор – програма, яка дає змогу набирати, виправляти й зберігати тексти з виділенням компонентів їх видавничої та поліграфічної структури.

Текстовий редактор – програма, яка дає змогу набирати, виправляти й зберігати тексти.

Теорія редагування – складова частина едитології, яка досліджує методологічні засади безпосередньої підготовки повідомлень до публікування (редагування). Теорія редагування описує, зокрема у формі аксіом, закономірностей і законів, пояснює та прогнозує функціонування тих суб'єктів та об'єктів, що беруть участь у процесі редагування.

Технічне редагування – аспект редагування, який полягає в контролі за дотриманням поліграфічних норм та виправленні виявлених помилок.

Точність слововживання – ступінь відповідності між значенням слова в повідомленні та в тлумачному словнику.

Транслітерування – передача письмового повідомлення (його фрагмента), записаного літерами одного алфавіту, літерами іншого алфавіту.

Трансмедіа – створення нових унікальних історій на різних платформах, які формують єдиний тематичний всесвіт, що розгортається крізь платформи та залучає аудиторію до творення нових наративів і виходу за межі платформ.

У

Уніфікація повідомлення – одне із завдань редагування, яке полягає в тому, щоб однаково оформлювати однотипні об'єкти для їх однозначної ідентифікації реципієнтом і полегшення процесу сприйняття ними інформації (лише для певних видів повідомлень).

Ц

Цензура – перегляд повідомлень, призначених до публікування, органами влади, уповноваженими на те державою (церквою, партією тощо). Здійснює цензуру цензор. Наявність цензури суперечить законодавчій нормі щодо свободи слова.

Цифровізація видавничої справи – використання паралельно з аналоговими цифрових систем передавання, зберігання та опрацювання даних.

Ш

Шаблон – вид норми, поданий у формі множини полів певного формату, об'єднаних у запис.

Шаблонний метод контролю – метод контролю, під час якого компоненти повідомлення перевіряють на відповідність шаблонам нормативної бази.

Навчальне видання

Лесюк Ольга Василівна

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

Навчальний посібник

Редактори: *Т. П. Дерев'янка, О. О. Смирнова*

Комп'ютерна верстка: *О. О. Смирнова*

Підписано до друку 20.01.2021. Формат 60×84 1/16.

Ум. друк. арк. 6,44.

Облік.-вид. арк. 5,72.

Папір офсетний.

Тираж 100 прим.

Замовлення № 3.

Дніпро: Університет митної справи та фінансів (свідоцтво про видавничу діяльність ДК № 6198 від 24.05.2018 р.).

49000, м. Дніпро, вул. Володимира Вернадського, 2/4