

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

УДК 655.41/.52:655.254.25/.254.4

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.1-4/33>

Партико З. В.

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ОСНОВНІ ОПЕРАЦІЇ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Указано, що в літературі наявний так званий «творчо-організаційний» підхід до означення редагування. Цей підхід базується на віднесенні до редагування певних видавничих операцій, виконання яких не передбачає внесення виправлень безпосередньо в текст. Доводиться, що такий підхід є синкретичним, а тому науково некоректним. Натомість такі видавничі організаційні операції запропоновано відносити не до редагування, а до видавничої діяльності. Подано перелік із трьох десятків таких операцій видавничої діяльності, до яких належать: пошук теми, автора й рукопису; консультування авторів щодо технології написання й підготовки видань чи окремих повідомлень; формування портфеля повідомлень; планування видань; рецензування авторських оригіналів; добір повідомлень для збірників; визначення накладів видань; визначення величини і способу виплати гонорарів; укладання видавничих угод; участь у визначенні планової собівартості примірника видання; підготовка до процесу редагування; робота з авторами; робота з художником і художнім редактором; робота з технічним редактором; робота з верстальником; робота з коректорами; робота з відділом маркетингу щодо планування рекламної кампанії та розповсюдження видання; робота з іншим персоналом ЗМІ; контроль якості друкування і брошурування; участь у визначенні фактичної собівартості примірника видання; участь в організації та проведенні рекламної кампанії; участь у розповсюдженні видання; визначення видавничої та поліграфічної якості видання; визначення соціальної ефективності видання; участь у визначенні економічної ефективності видання; формування й корегування видавничої політики; участь у прийнятті рішень щодо перевидання видання; участь у вирішенні питання щодо перекладу й перевидання книги за кордоном; архівування видання.

Ключові слова: редагування, означення, синкретизм, видавнича діяльність, види, операції

Постановка проблеми. Останнім часом в Україні внаслідок ліквідації і/чи роздержавлення державних видавництв і появи натомість значної кількості приватних видавництв якість редагування видань суттєво знизилась. Однією з підстав для такого зниження якості є те, що власникам приватних видавництв це дає змогу економити на підготовці видань значні фінансові ресурси. Проте це зовсім не означає, що суспільні вимоги до якості видань знижуються, а сутність редагування змінюється.

З урахуванням сказаного на порядок денний уже вкотре буде поставлено проблему сутності редагування та – в ширшому розумінні – його співвідношення з іншими складниками теорії видавничої справи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Минулого року було опубліковано видання, в якому запропоновано так зване *творчо-орга-*

нізаційне розуміння редагування [14]. Таке розуміння дослівно повторює те, яке свого часу було вже оприлюднене у виданні того ж автора [13]. Таке розуміння ґрунтується на «розширенні діапазону тлумачення поняття редагування <...> (до якого – З. П.) додають <...> такі дії редактора: а) процес пошуку й відбору авторів; б) робота з автором після здійснення редакторського аналізу у плані оцінки теми й робота щодо стану її розробки й удосконалення, а також виконання інших виробничих завдань; в) вивчення кон'юнктури видавничого ринку; г) промоція видання» [14, с. 102]. Водночас обґрунтовується це посиланнями на матеріали ще СРСР [14, с. 100], а також на праці російських дослідників К. І. Билінського, Н. М. Сікорського, а також українських – М. Д. Феллера та А. О. Капелюшного [14, с. 101].

На основі викладеного автор доходить висновку, що «редагування – це багатогранний процес роботи над оригіналом майбутнього видавничого, журналістського чи кінематографічного продукту, який передбачає виконання за результатами редакторського аналізу низки творчих та організаційно-технічних функцій і спрямований на вдосконалення змісту та форми цього продукту з метою результативнішого сприйняття його читачем, слухачем чи глядачем» [14, с. 102].

Описаний підхід до редагування справді був прийнятий, причому саме тоді, коли й зазначив автор підручника [14], тобто в 60–70-х роках ХХ ст. Такий підхід відповідав стану розвитку редагування того періоду. Цей підхід унаслідок того, що він об'єднує в одне ціле операції, які базуються на різних засадах і мають різну сутність (детальніше дивіться далі), назвемо синкретичним¹.

На нашу думку, в запропонованому означенні редагування невирішеною раніше частиною заявленої проблеми є віднесення так званих *організаційно-технічних функцій* до операцій редагування.

Щоб вирішити цю проблему, на нашу думку, в редагуванні потрібно чітко розмежувати методом аналізу (декомпозиції):

1) функції роботи редактора над текстом, які полягають у внесенні в редактований текст безпосередніх виправлень;

2) функції, які виконуються щодо рукопису, що містить редактований текст, але не полягають у внесенні безпосередніх виправлень у сам текст.

Водночас ми чітко відокремлюємо таке значення слова «редагування» від іншого, – полісемічного, яке реалізується у значенні слова «редактор» як назви посади в ЗМІ, сутністю якого є вид виробничої діяльності, що полягає в керуванні підготовкою до випуску видань і передач.

Щоб комплексно й системно укласти чіткий і максимально повний перелік операцій для вказаного вище пункту «б», необхідно розглянути весь видавничий процес і, зокрема, його етапи детальніше. Свого часу такі операції узагальнено було названо терміном «*видавнича діяльність*» [6, с. 46].

Постановка завдання. Метою статті є позбавлення редагування тих рудиментів, які іноді з'являються під час його трактувань, зокрема в навчальній літературі для журналістських університетських спеціальностей.

Відповідно, об'єктом дослідження буде поняття редагування, а предметом – його відпо-

відність усталеному розумінню в межах чинної на початку ХХІ століття видавничої практики.

Виклад основного матеріалу. Методи дослідження. У дослідженні буде використано такі методи:

– аналіз у трьох його різновидах:

1) як традиційний метод декомпозиції, тобто метод поділу цілого на частини;

2) як метод аналізу з позиції комплексності, системності, всеохопності;

3) як метод аналізу з позиції теорії керування (кібернетики), який визначає можливість реалізації процесу керування об'єктом дослідження (для опрацювання етапів видавничого процесу);

– метод моделювання, зокрема такий його різновид як компонентне моделювання (для відтворення компонентів, із яких складається об'єкт дослідження – видавничий процес);

– узагальнення (для об'єднання операцій видавничого процесу у групи);

– метод синтезу (для утворення на основі запропонованих моделей уявлень про внутрішню будову об'єкта дослідження (видавничої діяльності), а також його розуміння в межах наявної видавничої практики).

Етапи видавничого процесу. У літературі етапи видавничого процесу виокремлюють не завжди однаково. Так, свого часу у видавничому процесі виділяли чотири етапи [12]: підготовчий, редакційний, виробничий і заключний. Дотримуючись цієї традиції, автор підручника [14, с. 69], а також автори видання [15, с. 160–170] виокремлюють практично ті самі чотири етапи: підготовчий, редакційний, виробничий і маркетинговий. Проте тут треба звернути увагу на відмінність у назві останнього етапу, за якою, на нашу думку, в цих авторів стоять принципово різні виробничі операції: підсумковий – це не тільки розповсюдження видання, а й вироблення видавничої політики, а маркетинговий – це визначення маркетингового плану дій та розповсюдження видання (вироблення видавничої політики практично не фіксується).

У наш час у країнах Заходу виокремлюють етапи цього процесу за такими двома варіантами [4]:

1) створення [авторського оригіналу], придбання [видавництвом авторських прав], редагування, друкування (та його електронні еквіваленти), маркетингові операції, розповсюдження;

2) редакційний етап, етап проектування, етап [планування] продажів та дослідження ринку, друкування, брошурування, розповсюдження.

¹ «Синкретизм – <...> злитість, нерозчленованість, нерозвинений стан певного явища <...>» [7, с. 560].

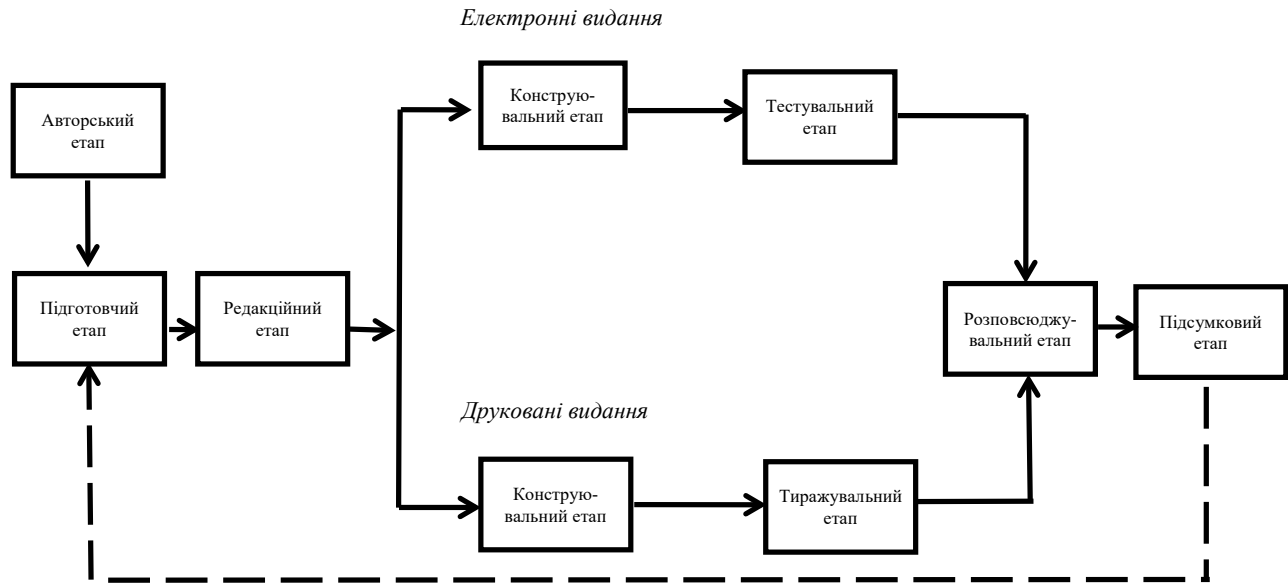


Рис. 1. Етапи видавничого процесу

Звертаємо тут увагу на наявність етапу створення авторського оригіналу, на який попередні автори не вказували.

У ще одному вагомому енциклопедичному виданні виокремлюють таких десять етапів видавничого процесу [3, р. 798–800]:

- 1) авторський (автор готує текст і подає його у видавництво);
- 2) адміністративний (призначення редактора, який оцінюватиме текст);
- 3) договірний (редактор ознайомлюється з текстом і дає видавцеві рекомендації щодо доцільності та особливостей укладання угоди з автором);
- 4) правовий (майбутній книзі присвоюють Міжнародний стандартний номер книги – ISBN);
- 5) редакційний і дизайнерський (відбувається редагування тексту й розроблення дизайну книги);
- 6) верстальний (верстання авторського оригіналу);
- 7) маркетинговий (розроблення маркетингового плану розповсюдження видання);
- 8) поліграфічний (друкування і брошурування примірників видання);
- 9) рекламний (організація та проведення рекламних заходів);
- 10) розповсюдження видання (за потреби з вирішенням питання щодо перекладу й перевидання за кордоном).

Ще один автор [5, с. 49–67] у видавничому процесі виокремлює аж 16 окремих етапів. Уна-

слідок такої деталізації деякі з цих етапів значною мірою зводяться вже не до етапів, а до окремих операцій. Із таких міркувань брати до уваги такий поділ не будемо.

Застосування комплексного аналізу до етапів видавничого процесу дає підстави твердити, що лише останній перелік етапів є таким, який найбільше відповідає реальному стану видавничого процесу, оскільки лише з нього зрозуміло, де і як з'являються перевидання й переклади. Проте цей останній перелік етапів суперечить аксіомам теорії керування, оскільки не виявляє наявності зворотного зв'язку, що є обов'язковим для будь-якої керованої системи. Припущення ж того, що видавничий процес не утворює керовану систему, зрозуміло, є ненауковим, а тому розглядатись не може.

Проведений нами свого часу натомість аналіз й узагальнення операцій видавничого процесу за розглянутими етапами [10, с. 25] дає підстави твердити, що цей процес:

- 1) містить авторський етап (на ньому редактор проводить пошук автора, консультує його, узгоджуючи з ним вимоги ЗМІ до тексту, що створюють);
- 2) містить підсумковий етап (саме на цьому етапі з'являється потреба в перевиданнях і перекладах, визначаються якісні характеристики видання, тобто він полягає у виробленні того, що називають видавничою політикою);
- 3) передбачає наявність відмінностей у виданні паперових та електронних видань;
- 4) містить зворотний зв'язок (це дає змогу говорити про видавничий процес як про кібернетичну систему, тобто систему керування; рис. 1).

³ Перелік операцій, поданий у цій статті, щодо такого ж переліку у вказаному виданні [10], частково вдосконалений.

Операції (процедури) видавничої діяльності. Перераховані на рис. 1 етапи видавничого процесу дають змогу для кожного з них методом моделювання виділити близько трьох десятків таких операцій (процедур) видавничої діяльності [10, с. 146–199]²:

1. Для авторського етапу:
 - пошук теми, автора й рукопису;
 - консультування авторів щодо технології написання й підготовки видань чи окремих повідомлень.
2. Для підготовчого етапу:
 - формування портфеля повідомлень;
 - планування видань;
 - рецензування авторських оригіналів (як збірників, так й окремих повідомлень);
 - добір повідомлень для збірників;
 - визначення накладів видань;
 - визначення величини і способу виплати гонорарів;
 - укладання видавничих угод (з авторами, із друкарнями, із книготорговельними організаціями);
 - участь у визначенні планової собівартості примірника видання;
 - підготовка до процесу редагування (укладання нормативної бази для редагування видання).
3. Для редакційного етапу:
 - робота з авторами.
4. Для конструювального етапу:
 - робота з художником і художнім редактором;
 - робота з технічним редактором;
 - робота з верстальником;
 - робота з коректорами;
 - робота з відділом маркетингу щодо планування рекламної кампанії та розповсюдження видання;
 - робота з іншим персоналом ЗМІ.
5. Для тиражувального етапу:
 - контроль якості друкування і брошурування;
 - участь у визначенні фактичної собівартості примірника видання.
6. Для розповсюджувального етапу:
 - участь в організації та проведенні рекламної кампанії;
 - участь у розповсюдженні видання.
7. Для підсумкового етапу:
 - визначення видавничої та поліграфічної якості видання;
 - визначення соціальної ефективності видання;

- участь у визначенні економічної ефективності видання;
- формування й корегування видавничої політики;
- участь у прийнятті рішень щодо перевидання видання;
- участь у вирішенні питань щодо перекладу й перевидання книги за кордоном;
- архівування видання.

Цих операцій (процедур) видавничої діяльності, як бачимо, значно більше, ніж указано у виданнях [13; 14]. Оскільки, як видно з переліку, ці операції не вносять у рукопис жодних безпосередніх виправлень, а мають свої окремі, спеціальні, методи реалізації (наприклад, як методи визначення накладу чи величини гонорару), то їх жодним чином не можна зараховувати до процесів редагування, як це пропонується автором видань [13; 14].

Розуміння поняття редагування на початку ХХІ століття. Із урахуванням того, що синкретичні методи означення редагування не відповідають сучасному рівню розвитку теорії редагування, свого часу нами було запропоновано інше означення редагування, а саме: «<...>редагування – це приведення об'єкта редагування у відповідність із чинними в певний час у конкретному суспільстві нормами, а також його творча оптимізація, метою яких є отримання заданого соціального ефекту [8, с. 50].

У запропонованій нами концепції виокремлюється редагування загальне й галузеве, нормативне і творче (про творче редагування див. детальніше [9; 11, с. 310–325]). Крім того, виділено такі загальні норми редагування як інформаційні, соціальні (юридичні, етичні, естетичні, політичні, релігійні), композиційні, рубрикаційні, логічні, лінгвістичні і психолінгвістичні [8]. Галузеві норми редагування окремо для друкованих й електронних ЗМІ описано в роботі [11, с. 222–309].

Запропоноване розуміння концепції редагування з одного боку (нормативного) базується на методологічних засадах деонтичної логіки, а з іншого (психологічного, сприйняттевого) – на ефективності сприймання інформації реципієнтами (передбачає – в межах дотримання авторського права – творче вдосконалення редактором авторського оригіналу).

Треба зазначити також, що поряд із запропонованою нами концепцією редагування в англійській літературі існують інші концепції, які базуються на власних означеннях редагування:

– Редагування – це процес вибору та підготовки писемних, фотографічних, візуальних, звукових та кінематографічних носіїв для використання під час передачі інформації. Процес редагування може містити виправлення, ущільнення, організацію та багато інших модифікацій, які виконуються з метою створення правильного, послідовного, точного та повноцінного продукту (переклад наш – З. П.)³.

– Редагування оригіналів <...> це процес перегляду письмового матеріалу для покращення читабельності та придатності за його призначенням (читацьким – З. П.), а також забезпечення того, щоб він не містив помилок, упуцень, невідповідностей та повторень. У контексті публікування у друкованому вигляді редагування оригіналів проводять перед набором тексту й повторно перед коректурою – останнім етапом редакційного циклу (переклад наш – З. П.)⁴.

Розуміємо, що й ці означення, як нескладно зауважити, не можуть претендувати на істину в останній інстанції, оскільки не відповідають повною мірою вимогам логіки до означень і не вказують на сутнісні, базисні ознаки операцій редагування.

Питань щодо доцільності запропонованих у виданні [14, с. 103] термінів «редагологія», «виданнялогія» не торкаємось.

Висновки і пропозиції.

1. Синкретичне розуміння поняття редагування, яке полягає в залученні до його складу організаційних операцій, що не стосуються внесення виправлень безпосередньо в сам текст, треба визнати таким, який не відповідає сучасному стану розвитку теорії редагування, а відтворює стан цієї науки 60–70-х років ХХ ст.

2. Для відмежування операцій редагування від інших видавничих операцій доцільно використовувати такий критерій як унесення виправлень у текст за принципом: якщо внесення виправлень

у текст авторського оригіналу відбувається, то ці операції належать до редагування; якщо внесення виправлень у текст авторського оригіналу не відбувається, то ці операції належать не до редагування, а до видавничої діяльності.

3. На сучасному етапі розвитку видавничої справи до видавничої діяльності належать три десятки операцій:

1) пошук теми, автора й рукопису; консультування авторів щодо технології підготовки видань;

2) формування портфеля повідомлень; планування видань; рецензування рукописів й окремих повідомлень; добір повідомлень для збірників; визначення накладу видання; визначення гонорару; укладання видавничих угод; участь у визначенні планової собівартості примірника видання; підготовка до процесу редагування;

3) робота з авторами;

4) робота з художником і художнім редактором; робота з технічним редактором; робота з верстальником; робота з відділом маркетингу щодо укладання плану проведення рекламної кампанії та розповсюдження видання; робота з іншим персоналом ЗМІ;

5) контроль якості друкування і брошурування; участь у визначенні фактичної собівартості примірника видання;

6) участь в організації та проведенні рекламної кампанії; участь у розповсюдженні видання;

7) визначення видавничої та поліграфічної якості видань; визначення соціальної ефективності видань; участь у визначенні економічної ефективності видань; формування й корегування видавничої політики; перевидання видань; участь у вирішенні питання про переклад і перевидання видання за кордоном; архівування видань.

4. Перелік і види операцій (процедур) видавничої діяльності не є постійними й можуть змінюватись у часі залежно від використовуваної технології підготовки видань і передач.

Список літератури:

1. Copy editing. *Wikipedia [Electronic resource]*. Mode of access: URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Copy_editing. Last access: 05.03.2020. Title from the screen.
2. Editing. *Wikipedia [Electronic resource]*. Mode of access: URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Editing>. Last access: 05.03.2020. Title from the screen.
3. Encyclopedia of Communication and Information / ed. by Jorge Reina Schement. New York : Macmillan Reference USA, 2002. 1162 p. (In 3 v.).

³ „Editing is the process of selecting and preparing writing, photography, visual, audible, and film media used to convey information. The editing process can involve correction, condensation, organization, and many other modifications performed with an intention of producing a correct, consistent, accurate and complete work” [2].

⁴ „Copy editing ... is the process of revising written material to improve readability and fitness for its purpose, as well as ensuring that it is free of error, omission, inconsistency, and repetition. In the context of publication in print, copy editing is done before typesetting and again before proofreading, the final step in the editorial cycle” [1].

4. Publishing. *Wikipedia [Electronic resource]*. Mode of access: URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Publishing>. Last access: 05.03.2020. Title from the screen.
5. Акопов А. И. Общий курс издательского дела : учеб. пособие. Воронеж : ВГУ, 2004. 218 с.
6. Мильчин А. Э. Словарь издательских терминов. Москва : Книга, 1983. 208 с.
7. Новий словник іншомовних слів. Київ : Арій, 2008. 674 с.
8. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи : навч. посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. Львів : ВФ «Афіша», 2011. 640 с.
9. Партико З. В. Творче редагування та його методи. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 1. С. 36–42.
10. Партико З. В. Основи видавничої справи : навч. посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2017. 304 с.
11. Партико З. В. Основи редагування: у 2-х кн. 2-ге вид., перероб. і доп. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. Кн. 1 : підручник. 332 с.
12. Сикорский Н. М. Теория и практика редактирования. Изд. 2-е, доп. Москва : Высшая школа, 1980. 328 с.
13. Тимошик М. С. Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання : практич. посібник. Київ : Наша культура і наука, 2012. 384 с.
14. Тимошик М. С. Основи редагування : підручник. Київ : Наша культура і наука, 2019. 560 с.
15. Ткаченко В. П., Чеботарьова І. Б., Киричок П. О., Григорова З. В. Енциклопедія видавничої справи : навч. посібник. Харків : ХНУРЕ, 2008. 320 с.

Partyko Z. V. BASIC OPERATIONS OF PUBLISHING ACTIVITIES

It is stated that there is a so-called “creative-organizational” approach to definition of editing in the literature. This approach is based on the attribution to editing of certain publishing operations, the execution of which does not involve the corrections directly into the text. It is proved that this approach is syncretic and therefore scientifically incorrect. Instead, such publishing organizational operations are proposed to refer not to editing, but to publishing. A list of three dozen such operations of publishing activities contains: search of a topic, author, and manuscript; advising authors about the technology of writing and preparing publications or individual messages; forming a portfolio of messages; planning of publications; review of copies; selection of messages for collections; definition of circulation of editions; determining the amount and method of payment of fees; conclusion of publishing agreements; participation in determining the planned cost of the edition; preparation for the editing process; work with authors; work with an artist and art editor; working with a technical editor; work with an imposer; work with proofreaders; working with a marketing department to plan the advertising campaign and distribute the publication; work with other mass media staff; quality control of printing and stitching of paper block; participation in determining of the actual cost of the edition; participation in the organization and implementation of an advertising campaign; participation in distribution of the edition; determining the publishing and printing quality of the publication; determining the social effectiveness of the publication; participation in determining the economic efficiency of the publication; formation and adjustment of publishing policy; participation in decisions on reissuing of the edition; participation in the translation and reissuing of the book abroad; archiving the edition.

Key words: copy editing, definition, syncretism, publishing activities, types, operations.