

Зіновій Партико

ПРО ОЗНАЧЕННЯ РЕДАГУВАННЯ Й ОПЕРАЦІЇ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вказано, 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.

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

Zinovii Partyko

ABOUT DEFINITION OF EDITING AND OPERATIONS OF PUBLISHING ACTIVITIES

It is stated that there is a so-called «creative-organizational» approach to the definition of copy editing in the literature. This approach is based on the attribution to copy editing of certain publishing operations, the execution of which does not involve the bringing of corrections directly into the text. It is proved that this approach is syncretic and therefore scientifically incorrect. Instead, such publishing organizational operations are proposed not to refer to copy editing, but to refer to publishing activities. A list of three dozens of such types of publishing activities is provided.

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

Останнім часом в Україні внаслідок ліквідації і/чи роздержавлення державних видавництв і появи натомість значної кількості приватних видавництв якість редагування видань суттєво знизилася. 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 складовими теорії видавничої справи.

Відповідно, **об'єктом** дослідження буде поняття редагування, а **предметом** — його відповідність усталеному розумінню в межах чинної на початку XXI ст. видавничої практики.

Мета дослідження полягає в тому, щоб позбавити редагування тих рудиментів, які іноді з'являються під час його трактувань, зокрема в навчальній літературі для журналістських університетських спеціальностей.

У дослідженні буде використано такі **методи**:

– аналіз у трьох його різновидах: а) як традиційний метод декомпозиції, тобто метод поділу цілого на частини; б) як метод аналізу з позиції комплексності, системності, всеохопності; в) як метод аналізу з позиції теорії керування (кібернетики), що 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, з яких складається об'єкт дослідження — видавничий процес);

– узагальнення (для об'єднання операцій видавничого процесу в 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).

Нещодавно було опубліковано видання, в якому запропоновано так зване *творчо-організаційне* 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 та також 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]. При цьому 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 удосконалення змісту та форми цього продукту з метою результативнішого сприйняття його читачем, слухачем чи глядачем»* [14, с. 102].

Описаний підхід до редагування справді мав місце, причому саме тоді, коли й зазначив автор підручника [14], тобто в 1960–70-х роках. Такий підхід відповідав стану розвитку редагування того періоду. Цей підхід внаслідок того, що

він об'єднує в одне ціле операції, які базуються на різних за-
садах і мають різну сутність (детальніше див. далі), назовемо
синкретичним¹.

На нашу думку, в запропонованому означенні редагу-
вання **невирішеною раніше частиною заявленої пробле-
ми** є віднесення так званих *організаційно-технічних функ-
цій* до числа операцій редагування.

Щоб вирішити цю проблему, на нашу думку, в редагу-
ванні потрібно методом аналізу (декомпозиції) чітко роз-
межувати: а) функції роботи редактора над текстом, що
полягають у внесенні в редагований текст безпосередніх
виправлень; б) функції, які виконуються стосовно рукопи-
су, що містить редагований текст, але не полягають у вне-
сенні безпосередніх виправлень у сам текст. При цьому ми
чітко відокремлюємо це значення слова *редагування* від
іншого, — полісемічного, яке реалізується в значенні слова
редактор як назви посади в ЗМІ, сутністю якого є вид ви-
робничої діяльності, що полягає у керуванні підготовкою
до випуску видань і передач.

Щоб комплексно й системно укласти чіткий і макси-
мально повний перелік операцій для вказаного вище п. «б»,
необхідно розглянути весь видавничий процес і, зокрема,
його етапи детальніше. Додамо також, що на відміну від
операцій редагування такі операції, які належать до п. «б»,
свого часу узагальнено було названо терміном **видавнича
діяльність** [6, с. 46].

Етапи видавничого процесу. У літературі етапи ви-
давничого 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,

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

виробничий і маркетинговий. Проте тут треба звернути увагу на відмінність у назві останнього етапу, за якою, на нашу думку, у 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]: а) створення (авторського оригіналу), придбання (видавництвом авторських прав), редагування, друкування (та його електронні еквіваленти), маркетингові операції, розповсюдження; б) редакційний етап, етап проєктування, етап (планування) продажів та дослідження ринку, друкування, брошурування, розповсюдження. 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 й брошурування примірників видання); 9) рекламний (організація та проведення рекламних заходів); 10) розповсюдження видання (за потреби з вирішенням питань щодо перекладу й перевидання за кордоном).

Ще один автор [5, с. 49–67] у видавничому процесі виокремлює аж 16 окремих етапів. Унаслідок такої деталізації деякі з цих етапів значною мірою зводяться вже не до етапів, а до окремих операцій. З 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, що 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 розглядатися не може.

Проведений нами свого часу натомість аналіз і узагальнення операцій видавничого процесу за розглянутими етапами [10, с. 25] дає підстави твердити, що цей процес: а) містить авторський етап (на ньому редактор проводить пошук автора, консультує його, узгоджуючи з ним вимоги ЗМІ до тексту, що створюють); б) 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); в) передбачає наявність відмінностей у виданні паперових та електронних видань; г) містить зворотний зв'язок (це дає змогу вести мову про видавничий процес як про кібернетичну систему, тобто систему керування; рис. 1).

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:

² Перелік операцій, поданий у цій статті, стосовно такого ж переліку у вказаному виданні [10], частково удосконалений.

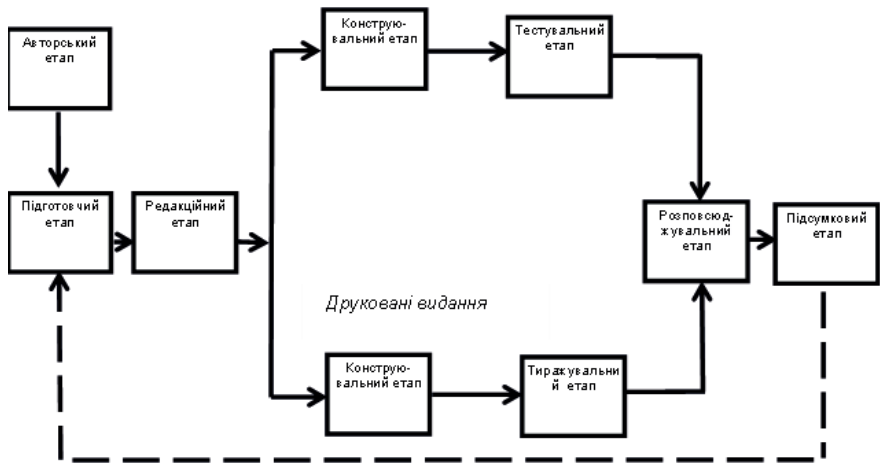


Рис. 1. Етапи видавничого процесу

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 й способу виплати гонорарів;
 - укладання видавничих угод (з авторами, з друкарнями, з 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 ре-

кламної кампанії та розповсюдження видання;

- робота з іншим персоналом ЗМІ.

5. Для тиражувального етапу:

- контроль якості друкування й брошурування;
- участь у визначенні фактичної собівартості примір-

ника 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 ви-

- дання;
- визначення соціальної ефективності видання;
- участь у визначенні економічної ефективності видання;
- формування й корегування видавничої політики;
- участь у прийнятті рішень щодо перевидавання ви-

дання;

- участь у вирішенні питання щодо перекладу й пере-

видання книги за кордоном;

- архівування видання.

Цих операцій (процедур) видавничої діяльності, як бачимо, значно більше, ніж вказано 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 XXI ст.

З 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 у 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 й 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 й 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 другого (психологічного, сприйняттєвого) — на ефективності сприймання інформації реципієнтами (передбачає — у межах дотримання авторського права — творче удосконалення редактором авторського оригіналу).

Треба зазначити також, що поряд із запропонованою нами концепцією редагування в англomовній 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, точ-

ного та повноцінного продукту (переклад наш. — З. П.) [2].

– 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 мав помилок, упушень, невідповідностей та повторень. У контексті публікування в друкованому вигляді редагування оригіналів проводять перед набором тексту і повторно перед коректурою — останнім етапом редакційного циклу (переклад наш. — З. П.) [1].

Розуміємо, що й ці означення, як не складно 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.

Висновки. 1. Синкретичне розуміння поняття редагування, яке полягає в залученні до його складу організаційних операцій, які не стосуються внесення виправлень безпосередньо в сам текст, треба визнати таким, що не відповідає сучасному стану розвитку теорії редагування, а відтворює стан цієї науки 1960–70-х років ХХ ст.

2. Для відмежування операцій редагування від інших видавничих операцій доцільно використовувати такий критерій як внесення 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 й 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 і можуть змінюватися в часі залежно від використовуваної технології підготовки видань і передач.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Copy editing // Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Copy_editing.
2. Editing // Wikipedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Editing>.
3. Encyclopedia of Communication and Information / ed. by Jorge Reina Schement. New York : Macmillan Reference USA, 2002. 1162 p.
4. Publishing // Wikipedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Publishing>.
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. Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання : практич. посібник. Київ : Наша культура і наука, 2012. 384 с.
14. Тимошик М. 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.