

-
9. Огар Е.Дитяча книга: проблеми видавничої підготовки / Емілія Огар. – Львів: Аз-Арт, 2002. – 160 с.
 10. Огар Е. Особенности медийного критического дискурса вокруг детской книги (современный украинский опыт)/ Эмилия Огар// Филол.традиции в соврем.литературном и лингвистическом образовании: Сб.науч.ст.: В 2-х т. –М: МГПИ, 2008. – Вып.7. – Т. 1. – С. 21-25.
 11. Огар Е. Особливості реклами і промоції видань для дітей / Емілія Огар // Журналістика, філологія та медіа освіта: зб. наук.допов. – Полтава, Полтав.держ.пед.ун-т ім. В. Короленка. – 2009. – Т. 2. – С. 231-235

The article is devoted to Literary and Publishing Competitions as the tool of children's book advertising and promotion. The relevant Ukrainian and foreign experience is described.

Key words: children's book, author, publisher, young reader, book image, literary award.

УДК 070.41+808.2

З. В. Партико

*Класичний приватний університет,
м. Запоріжжя*

МЕТОДИ ТВОРЧОГО РЕДАГУВАННЯ

Описано методи творчості, зокрема творчі методи розв'язання нетипових і/чи складних завдань. Ці методи запропоновано використовувати як методи творчого редагування. Подано визначення творчого редагування. Розглянуто співвідношення нормативного й творчого редагування. Описано етапи й подано приклади застосування методів творчого редагування у видавничій практиці.

Ключові слова: редагування, творчість, методи розв'язання завдань.

Вступ. У наш час багато дослідників редагування говорять і пишуть про те, що редагування є творчим процесом [1-5], проте, крім цих слів, практично нічого більше не додають. Тому існує актуальна потреба значно ширше розглянути цю проблему, тобто проаналізувати творче редагування з наукових позицій.

З урахуванням сказаного об'єктом цієї статті буде творче редагування як складова частина теорії редагування (на противагу нормативному редагуванню). Використання творчості у видавницій діяльності тут не розглядатиметься, хоча в роботі редактора і є надзвичайно важливим.

Предметом дослідження будуть методи творчого редагування.

Мета статті полягає в тому, щоб запропонувати доволі вичерпний перелік типових методів творчого редагування й проілюструвати можливість їх застосування у видавничій практиці.

Огляд методів творчості. Особливості творчості як різновиду психічної діяльності людини описані в літературі, наприклад [6-9]. При цьому виділяють творчість художню, наукову, технічну, спортивно-тактичну, а також військово-тактичну.

Що стосується методів творчості, то в літературі їх або чітко не виділяють, або виділяють по-різному, при тому з дуже великими відмінностями. Враховуючи те, що редакторові на виробництві – в ЗМІ – доводиться творити в рамках чітко визначених умов (часових, фінансових, технологічних, матеріальних тощо), причому з наявними реальними рукописами, то в якості типових методів творчості будемо розглядати творчі методи розв'язання нетипових і/чи складних завдань (англ. термін – *problem solving techniques*).

У літературі виділяють такі творчі методи розв'язання завдань [10]:

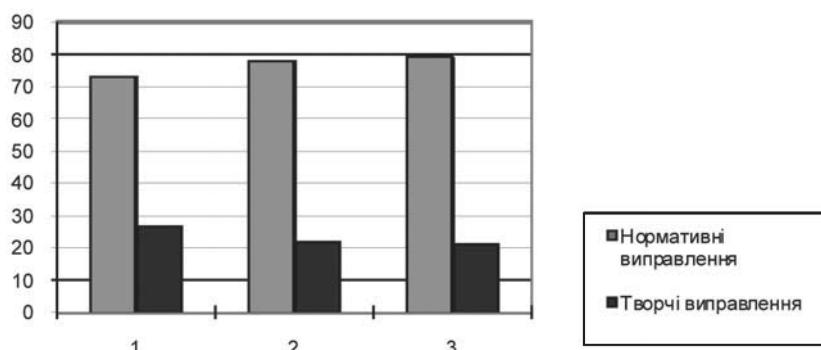
- абстрагування: вирішення проблеми для теоретичної моделі об'єкта ще до її застосування на практиці для реального об'єкта;
- аналогія: використання рішення, яке було застосовано під час вирішення аналогічних проблем;
- мозковий штурм: а) пропонування великої кількості рішень чи ідей та їх розвиток, б) критика цих рішень та ідей до тієї пори, поки оптимальні не будуть знайдені (використовується тільки в колективі);
- поділ і заволодіння: поділ великої, складної проблеми на малі, для яких існують відомі розв'язки;
- тестування гіпотези: висунення гіпотези, що пояснює проблему, й спроба її доведення чи спростування;
- відсторонене мислення: опосередковані, але творчі наближені рішення;
- цільовий аналіз: вибір на кожному кроці таких дій, які дають змогу все ближче добрatisя до мети;
- метод фокальних об'єктів: відбір із різних випадково обраних об'єктів таких їх характеристик, які можна застосувати до потрібного (фокального) об'єкта;
- морфологічний аналіз: розщеплення складної системи на компоненти, розроблення для кожного окремого компонента множини способів його модифікування, оцінювання найоптимальніших рішень для кожного компонента й на цій основі синтезування складної системи з нових модифікованих компонентів;
- перетворення: трансформування однієї проблеми в іншу, для якої вже існують готові розв'язки;
- дослідження: використання наявних ідей чи адаптування наявних розв'язків до досліджуваної проблеми;
- аналіз корінної причини: мінімізація впливу причини чи навіть повне її усунення;
- метод спроб і помилок: перевірка можливих рішень до тих пір, поки правильне не буде знайдене.

Ці методи не є тими алгоритмами, крокуючи за якими рішення завдання буде знайдено обов'язково, натомість вони дають загальний напрям для ходу думок і збільшують вірогідність одержання корисних рішень.

Співвідношення нормативного й творчого редагування. Як відомо, редагування складається з двох взаємопов'язаних компонентів – нормативного редагування й творчого. Проте виникає закономірне запитання: а яким у роботі редактора є співвідношення цих двох компонентів?

Свого часу було проведено дослідження, в якому запропонована відповідь на це запитання [11]. Обстеженню в ньому підлягали повідомлення трьох видів: образні, образно-понятійні та понятійні. Дослідження виконувалося за таким принципом: якщо для виправлення можна віднайти норму, на основі якої воно було виконане, тоді таке виправлення зараховували до нормативного редагування, якщо ж такої норми віднайти не вдавалось, але саме виправлення вважали доцільним¹, то таке виправлення зараховували до творчого редагування. Виправлення, для яких віднайти норми не вдавалось, але їх було визнано недоцільними, визнавались як суб'єктивні, тобто в кінцевому результаті як хибні, непотрібні (кількість таких виправлень не перевищила 2%).

Як засвідчили отримані результати, найбільша кількість виправлень, що належать до нормативного редагування, як і слід було очікувати, виявилася в понятійних повідомленнях (79%), а найменша, відповідно, – в образніх (73%). На противагу цьому в понятійних повідомленнях творчих виправлень виявилось 21%, а в образніх – 27% (рис. 1). Якщо зіставити ці дані з даними про обсяги потоків понятійних та образних повідомлень у загальному потоці інформації, що їх опрацьовує людство (обсяг образних повідомлень оцінюють приблизно в 10%), то можна дійти висновку, що в середньому під час опрацювання повідомлень нормативне редагування наближається до 80%, а творче – до 20% (нагадаємо, що до творчих у психології зараховують такі результати, яких у світі ніхто раніше не отримував).



*Рис. 1. Середня кількість нормативних і творчих виправлень, %:
1 – образні тексти; 2 – образно-понятійні тексти; 3 – понятійні тексти*

Визначення творчого редагування. Творчість редактора повинна ґрунтуватися, на нашу думку, в основному на творчості художній, а також частково – на творчості науковій і технічній. При цьому потрібно чітко розрізняти дві речі: використання творчості у видавничій діяльності [12, 13], яке тут не розглядатимемо, і використання творчості під час редагування.

З урахуванням зазначеного вище, можемо сказати, що **творче редагування** – це така оптимізація (удосконалення) редактором повідомлень (авторських чи видавничих оригіналів, видань, радіо- чи телепередач), яка базується на творчих методах розв'язання нетипових і/чи складних завдань і його інтуїції.

До результатів творчого редагування належать такі виправлення, які, з одного боку, не базуються на нормах, а, з іншого, їх доцільність і необхідність визнає більшість осіб, які оцінювали повідомлення до і після опрацювання в якості експертів (редактори, рецензенти, реципієнти тощо).

Творче редагування може бути необхідним об'єктивно чи суб'єктивно. Об'єктивно воно необхідне тоді, коли опрацьоване повідомлення є актуальним, має значну соціальну цінність, проте його автор має низьку кваліфікацію, наприклад є початківцем. В усіх інших випадках творче редагування є необхідним лише суб'єктивно, а тому питання про те, приймати авторові його чи ні, залежить тільки від волі автора.

Отже, корінна відмінність між творчими і нетворчими виправленнями полягає в тому, що нетворчі виправлення для авторів загалом є обов'язковими, а творчі – не обов'язкові.

У видавничій практиці перед редагуванням і під час його проведення виникають такі творчі завдання:

– підбір норм редагування для конкретного повідомлення (завдання, що виникає постійно при публікуванні будь-якого повідомлення);

– укладання цілком нових норм для конкретного повідомлення (завдання, що виникає доволі рідко);

– з'ясування можливості застосування встановлених нових норм (див. попередній пункт) для інших повідомлень (завдання, що виникає рідко, причому лише в деяких редакторів²);

¹ Результатом такого дослідження може стати публікування про це наукової статті.

² З доцільністю виправлення повинно погоджуватися не менше двох третин експертів.

— уdosконалення одиниць повідомлень на різних рівнях творчими методами розв'язання нетипових і/чи складних завдань (завдання, що виникають постійно при публікуванні будь-яких повідомлень);

— оптимізація повідомлень, зокрема за обсягом, за композицією тощо (завдання, що виникають постійно).

Етапи творчого редагування. У творчому редагуванні повідомлень можна виділити такі послідовні етапи:

а) виникнення задуму виправлення;

б) визрівання задуму (з'ясування умов, мети, необхідних ресурсів, наслідків тощо);

в) підбір творчого методу розв'язання нетипового і/чи складного завдання або інтуїтивний пошук такого розв'язання іншими творчими методами;

г) застосування творчого методу;

і) знаходження способу виправлення (цей момент знаходження, або «прозріння», називають інсайтом);

д) внесення творчого виправлення в об'єкт редагування;

е) узгодження творчого виправлення з контекстом;

е) узгодження творчого виправлення з автором (у разі відмови – повернення до авторського варіанту повідомлення).

У часі процес творчості є тривалим, а тому редактор повинен обдумувати свої наміри не поспішаючи, критично оцінити їх і лише після цього пропонувати їх авторам. Це обов'язково потрібно враховувати, бо не кожен редактор може виявитися кращим за автора творчим працівником. Тому пропонувати авторам творчі виправлення, особливо такі, що тягнуть велики зміни в рукописі, редактор повинен дуже обережно.

На жаль, під час роботи над авторськими оригіналами в редакторів часто виникають ситуації, коли вони не повною мірою використовують творчі методи. До числа факторів, що гальмують творчість редактора, належать:

— схильність до одного методу думання;

— лінь думати й шукати нові методи вдосконалення авторського варіанту повідомлення;

— схильність довіряти всьому, що є в повідомленні;

— зневіра в собі, відчуття, що автори – більш здібні;

— страх невдачі й можливої втрати через це авторитету в очах автора й колективу ЗМІ;

— відсутність постійної творчої практики, попередній винятково практичний підхід;

— традиція діяти за звичкою, за стереотипом, за нормами.

Приклади застосування методів творчого редагування.

Застосування **методу абстрагування** покажемо на прикладі ситуації, коли редакторові з кількох наявних варіантів терміна потрібно вибрати один. Отож, в одному навчальному виданні з журналістики автор паралельно використовував чотири синонімічні терміни: *html-редактор*, *веб-редактор*, *web-редактор*, *конструктор веб-сторінок*. За існуючими нормами редактор повинен обрати якийсь один. Отже, який? Для того, щоб відповісти на це запитання, редактор має в уяві чи навіть на письмі дати означення кожному з цих чотирьох термінів, розглянути відмінності в них, проаналізувати переваги й недоліки кожного з термінів, навести довідки в словниках про всі компоненти терміна, оцінити паралельно функціонуючі терміни, визначити перспективи вживання кожного синоніма в майбутньому, можливість утворення від нього похідних термінів, комплексно оцінити кожен із них та винести остаточне рішення. На основі цих дій редактор повинен визначити, який термін обрати як базовий і, відповідно, які решта три синоніми подати в предметному покажчику з відсиланнями на основний термін. У нашій ситуації, розглянувши всі перелічені труднощі, редактор прийшов до висновку, що найбільш задовольняє існуючі потреби варіант *веб-редактор*. Проте таке рішення потягло за собою необхідність дати іншому термінові (*редактор*), як і в англійській мові, ще одне значення, а саме: *редактор – 1) ...; 2) комп'ютерна програма, призначена для редагування й зміни розташування (монтажу) компонентів повідомлень*.

Метод аналогії розглянемо на прикладі готовання редактором газетної статті. Отож, в редакцію газети надійшла стаття, в якій ішлося про встановлення в Запоріжжі пам'ятника Йосипу Сталіну та його підрив вибухівкою. Стаття мала назву *Як припинити «війну» з пам'ятниками?* Ця назва абсолютно точно відтворювала сутність статті, але... але в ній не було інтриги, що так важливо для газети. Редактор став роздумувати над іншими варіантами назви статті. При цьому він повторно прочитав статтю й зауважив, що в Німеччині вже існують закони, які забороняють встановлення нацистської символіки. «От якби в Німеччині публікувати таку статтю, – подумав редактор, – то назва могла б бути на зразок такої: *Чи можна в Німеччині ставити пам'ятник Адольфу Гітлеру?* А в Україні така назва була б можливою?...» І тут за аналогією – правда, аналогією зі знаком «мінус», аналогією «навпаки» (Німеччина – Україна) – в редактора з'явився варіант назви: *Чи можна в Україні ставити пам'ятник Адольфу Гітлеру?* Далі, враховуючи, що пам'ятник Йосипу Сталіну було встановлено на території, яка була власністю однієї з партій (розуміло, якої), редактор вніс напівжартівливе уточнення: *Чи можна в Україні на власному городі ставити пам'ятник Адольфу Гітлеру?* Інтригуючий варіант назви було знайдено.

Метод мозкового штурму можна використовувати тільки в колективі, наприклад у редакції ЗМІ під час пошуку потрібного варіанта виправлення слова.

Припустімо, потрібно відредагувати переклад такого тексту: *The Stone of Destiny was fitted into the seat of the chair, and the king could sit on both the English throne and the Scottish Stone at the same time.* Як правило, перекладачі перекладають словоформу *fitted* як *вставлений, вкладений, покладений, вмонтований...* тощо. Проте кожен із цих варіантів має свої недоліки (тут їх не розглядатимемо). Для їх усунення «штурмовій» групі (наприклад, колегам

по редакції) пропонується подати будь-які інші можливі варіанти перекладу (критикувати будь-які пропозиції, навіть зовсім неприйнятні, в цій ситуації заборонено). Після висунення 15–25 варіантів «штурм» припиняють.

Після цього на другому етапі групі «критиків»³ з усіх цих 15–25 слів шляхом аналізу пропонують відібрати одне, два слова, які за змістом, точністю, стилем найбільше відповідають наявному контексту (такими виявляються слова *прилагодити*, *прилаштувати*)⁴.

Метод поділу й заволодіння розглянемо на такому доволі несподіваному прикладі. Редакторові на опрацювання надійшла цікава стаття, сутність якої після розмови з автором йому стала повністю зрозумілою. Теоретичні результати, отримані в статті, були реалізовані на практиці й уже приносили економічний ефект. Проте, коли редактор почав читати статтю, то відчув, що розуміє кожне окреме слово статті, кожне окреме словосполучення, але, коли переходить на рівень речень, то зрозуміти ці речення він уже не може. Наяву була якась зовсім чудернацька ситуація. Редактор відклав статтю й повернувся до неї через кілька днів.

Знову почавши редагувати статтю, він повторно зіштовхнувся з тією самою проблемою. Тоді редактор інтуїтивно порахував кількість слів у кількох простих реченнях повідомлення й оторопів. Виявилося, що середня довжина простих речень явно перевищувала обсяг короткочасової пам'яті людини (7 ± 2 об'єкти, тобто більша 9–10 слів).

Як з'ясувалося потім у розмові з автором, автор мав унікальні розумові здібності, що виявлялося ще під час його навчання в школі (обсяг його короткочасової пам'яті становив близько 10 ± 3 об'єкти). Тоді для редагування тексту було прийнято таке банальне рішення: практично кожне речення, незважаючи на зміст, ділили на дві частини, а далі зожної частини утворювали нове речення, розраховане на сприйняття середньостатистичним читачем.

Метод тестування гіпотези проілюструємо на такому прикладі. Якось редактор не міг підібрати для статті (загалом, з доволі несподіваними результатами) належну назву, причому таку, яка влаштовувала б усіх читачів. Тоді редактор запропонував авторові написати 25 варіантів для назви цієї статті. Кожучи іншими словами, редактор фактично запропонував авторові висунути 25 гіпотез щодо назви статті. Автор виконав побажання редактора й наступного дня приніс потрібних 25 варіантів. Найоптимальніший варіант (гіпотеза) був відібраний. Стаття була опублікована й отримала належну оцінку науковців.

Приклад застосування **методу відстороненого мислення** продемонструємо в такий спосіб. У предметному покажчику видання (фразеологічний п'ятимовний словник) були слова, набрані літерами трьох алфавітів: кириличного, латинського й грецького. Виникло питання: в якому порядку подавати ці покажчики? Адже, як відомо, раніше за наявності двох алфавітів (кириличного й латинського) спершу подавали покажчик на базі кириличного алфавіту, а потім – на базі латинського (видань з паралельним грецьким алфавітом виявлено не було).

Видання, про яке йде мова, готовали, звісно, за допомогою сучасних верстальних систем. Верстальник, який випадково чув розмову редактора з колегами щодо порядку подання покажчиків, показав команду сортування у верстальній системі й запропонував подавати покажчики в тому порядку... як їх сортує верстальна система (адже сучасні верстальні системи надають змогу сортувати слова в предметних покажчиках). Як виявилось далі, верстальна система, розсортувала покажчики в такому порядку: латинський, грецький і кириличний алфавіти (це при двохбайтовому кодуванні UniCODE відповідає цифровим значенням кодів літер цих алфавітів). У такий спосіб було знайдено порядок подання покажчиків, а, крім того, було зекономлено й фінансові ресурси на сортування слів у доволі великих покажчиках.

Від себе додамо, що після сортування порядок розташування покажчиків можна й змінити (наприклад, подати їх у такому порядку: кириличний, латинський, грецький).

Метод цільового аналізу покажемо на такому прикладі (приклад І. Оськіна [14]):

– фрагмент до виправлення:

У трьох одинакових за зовнішністю споживачів можуть бути зовсім різні потреби. Комусь потрібен шампунь від лути, комусь – для надання об'ємності, а комусь – для посіченіх кінчиків волосся. Загалом, відомий і розповсюджений спосіб сегментації за потребами.

– фрагмент після виправлення:

Три одинакові за зовнішністю споживачі можуть мати зовсім різні потреби. У когось на голові сніговою шапкою лежить луна, комусь потрібно, щоби волосся стояло ірокезом, а комусь нема життя від посіченіх кінчиків. Як кажуть, кесарю – кесареве, а слюсарю – слюсареве: відомий спосіб сегментації за потребами.

Тут перед редактором стояла чітка мета – підвищити впливовість рекламного оголошення. Досягти цього можна було, зокрема, завдяки яскравим образам. Тому для досягнення цієї мети редактор вирішив використати

³ Групу «критиків» може бути або той самий «штурмовий» колектив, який «переключають» у режим критичної роботи, або колектив паралельної редакції, який не знає, хто висовував різні варіанти виправлення. Другий варіант, зрозуміло, є кращим, але за відсутності паралельної групи «критиків» можна використовувати й перший варіант, коли «штурмовики» перетворюють у «критиків».

⁴ Багаторічний досвід редагування саме цього фрагменту методом мозкового «штурму» засвідчив, що слова *прилаштувати*, *прилагодити*, члени «штурмової» групи, як правило, висовують десь між 15–20-м запропонованими словами.

візуальні образи, які викликають у реципієнтів відповідними вербальними засобами (*сніговою шапкою лежить лупа; волосся стояло ірокезом; нема життя від посічених кінчиків*).

Застосування **методу фокальних об'єктів** проілюструємо на такому взірці. Редактор опрацьовував черговий абзац рукопису для електронного видання, в якому було викладено основна ідея публікації, її квінт-есенція. Для акцентування уваги читачів саме на цьому абзаці редактор вирішив розширити його й викласти значно детальніше, зрозуміліше. Роздумуючи над розширенням і підвищеннем зрозумілості, редактор ненаrocом глянув у вікно: вулицею повз ряд сіро-чорних легковиків проїджав яскраво-червоний автомобіль, який різко виділявся на їхньому сіро-чорному тлі... Стоп! Ось воно – рішення! Не виправлючи жодного слова, редактор виділив увесь абзац червоним кольором.

Метод морфологічного аналізу, який можна застосовувати тільки до складних об'єктів, покажемо на такому прикладі. На опрацювання редакторові надходить велика й складна монографія талановитого молодого науковця, який, проте, не має належних умінь як технічний письменник. Монографія містить передмову, вступ, різні зміsti, літературу, покажчики, списки, додатки тощо. У процесі рецензування редактор «розкладає» цю роботу на окремі компоненти, а далі кожен з них окремо модифікує в кілька оптимальніших варіантів (припустімо, три-п'ять).

Як результат, редактор отримує начебто таблицю, в якій для кожного компонента повідомлення існує по кілька модифікованих варіантів його реалізації. Далі для кожного компонента разом із автором він обирає лише найоптимальніший варіант й аналізує їх усіх на сумісність. Відібравши сумісні, редактор утворює з них нову «стару» монографію.

З позиції вказаної вище таблиці творчістю тут є вибір шляху між клітинками таблиці (такий шлях має форму «зигзагу»).

Метод перетворення розглянемо на такому прикладі. Йде готування видання для дітей 4-5 років. Для його редагування потрібно мати словник, яким користуються діти цього віку. Проте такого словника, як відомо, нема (відомо лише, що він містить близько півтори – дві тисячі слів). Як поступити редакторові?

Редактор приймає таке рішення (фактично, він перетворює одну проблему в іншу, яку може розв'язати): він іде в дитячий садочок і читає рукопис десятком дітям. Слова, які діти не знають, він відзначає. Далі в процесі роботи над виданням редактор пропонує авторові замінити відзначенні слова такими синонімами, які діти цієї вікової групи знають.

Метод дослідження проілюструємо на такому прикладі. Якось одного дослідника, що займався проблемами теорії редагування, запросили на консультацію в обласний інститут удосконалення вчителів. Там йому показали рукопис підручника з основ моралі для учнів восьмих класів. Підручник було підготовлено, загалом, на високому науковому рівні, його автор працював в університеті, мав наукові звання й був фахівцем своєї справи. Проте працівників інституту удосконалення вчителів щось непокоїло: вони в один голос твердили, що цей підручник, хоча й написаний цілком коректно, є заскладним. Проте автор цю складність заперечував.

Виникало завдання: як довести авторові, що його рукопис заскладний?

Допомогла випадковість. Як виявилося, саме в цей час дослідник займався визначенням складності текстів. Тому він запропонував оцінити складність рукопису за допомогою наявних систем редагування. Як засвідчили перші ж спостереження, текст підручника був розрахований не на учнів восьмих класів, а на студентів другого – четвертого курсів університетів.

Звичайно, з теорії редагування відомо, що рівень складності повідомлення повинен відповідати здатності реципієнтів сприйняти таку складність. Але одна річ знати це в теорії, а зовсім інша річ – довести це експериментально з конкретними кількісними показниками.

Спростувати отримані за допомогою системи результати автор підручника, зрозуміло, не міг, оскільки в його присутності визначили складність інших підручників для восьмого класу, де оцінки складності були значно нижчими.

Метод аналізу корінної причини покажемо на такому прикладі⁵. У видавництво звернувся автор з пропозицією видати власну збірку поетичних творів. При цьому він зобов'язувався власноруч оплатити вартість видання. Відповідно, його рукопис відправили на редагування редакторові. Проте редактор, лише побіжно ознайомившись з оригіналом, заявив головному редакторові, що цей автор – графоман, а тому редагувати його збірник він (редактор) відмовляється, оскільки це – марна справа. На пропозицію головного редактора іншим редакторам опрацювати рукопис, за що автор готовий був розрахуватися належною платою, решта редакторів також відмовились. Видання ж рукопису в такому стані, як подав автор, суттєво підірвало б фаховий авторитет видавництва серед видавців.

⁵ Якби в цій статті мова йшла про творчість у видавничій діяльності, то тут можна було б подати такий приклад. Відомо, що найменші читачі, вік яких 2-3 роки, часом «читають» книжку зубами, тобто намагаються спробувати книжку на смак. Звичайно, давати дітям зможу їсти папір і картон – далеко не найкраще рішення. А чому б не поступити так: видати для таких читачів книгу на матеріалі, який можна їсти? Думаємо, першою в такому варіанті можна було б видати казку про Колобок (звісно, це – жарт).

Тоді головний редактор прийняв соломонове рішення: оскільки автор готовий платити за видання своєї збірки чималу суму, – опублікувати його твір, проте на останній сторінці видання (так звана третя сторінка титулу) вказати: *Збірник видється в авторській редакції*.

Таким чином, основна причина у можливій відмові в публікуванні – відсутність належного рівня повідомлення й фахового редагування – була усунута. Як результат, з одного боку, видавництво заробило певну суму, а, з іншого, – фахівці отримали змогу покепкувати над ще одним графоманом.

Метод спроб і помилок проілюструємо на такому прикладі. Йшла підготовка навчального видання з використання комп’ютерної техніки для студентів-журналістів. Виникла задача: за якою композиційною схемою подавати опис найрізноманітніших систем? Автор приніс рукопис, в якому опис подавався за таким принципом: на початку пристрой і системи введення інформації, далі – найрізноманітніші системи опрацювання інформації, а в кінці – пристрой і системи виведення інформації. Але за такої схеми в пристрой виведення потрапляли й фотовідні машини, й телевізори, й принтери... Інтернет взагалі опинявся й усюди, й ніде конкретно. Тому така композиція була забракована й повернута авторові на доопрацювання.

Далі автор запропонував розділити композицію на три частини й окремо описами пристрой та системи для студентів-газетярів, студентів-радійників і студентів-телевізійників. Ale за такої композиції комп’ютерну техніку доводилось описувати тричі в кожній з частин. Тому така композиція також була забракована.

Пошук композиції тривав доти, поки автор не запропонував на початку видання окремо описати комп’ютерну техніку, а далі подавати опис систем за етапами публікування (оприлюднення) повідомлень. Поділ на специфічні системи для газетярів, радійників і телевізійників передбачався тільки для тих етапів, які пов’язані зі специфікою конкретного ЗМІ (найбільше це стосується етапу конструювання видань і передач).

Що стосується оптимізації та удосконалення авторського оригіналу, то редактор може пропонувати авторові оптимізувати й удосконалити твір щодо всіх без винятку компонентів будови повідомлення (його форми, жанру, композиції, методів подачі матеріалу, апарату тощо). Проте типовими тут є завдання оптимізації та удосконалення композиції, ступеня компресування інформації та методів її подання (наприклад, одні й ті ж дані можна подати і як текст, і як таблицю, і як формулу). При цьому методи творчого редагування редактор повинен використовувати не лише стосовно образних та образно-понятійних повідомлень, а й стосовно понятійних. Деякі з таких методів редакційної творчості описані в літературі [1-3].

Висновки. 1. У дисциплінах з творчого редагування, які читають студентам спеціальності «Видавнича справа та редагування», доцільно давати знання про перелічені вище творчі методи розв’язання нетradiційних і/чи складних завдань. Для закріплення таких знань і вироблення відповідних умінь потрібно передбачати проведення практичних занять по кожному з методів.

2. Знання методів творчого редагування допомагають чіткіше формулювати завдання, збільшують кількість можливих варіантів рішень, розширяють погляд на проблему та ліквіduють ментальні блокади.

3. Методи творчого редагування, роблячи процес пошуку варіантів виправлення більш формалізованим, скорочують час пошуку потрібних рішень, а, отже, роблять творче редагування ефективнішим.

4. Редактори ЗМІ повинні знати, які методи творчого редагування можна застосовувати тільки індивідуально, а які – тільки колективно (сумісно з іншими працівниками редакції), і, відповідно, використовувати ці методи залежно від наявної ситуації.

5. Перелічені в статті методи творчого редагування в повному обсязі можна застосовувати і під час здійснення видавничої (редакційної) діяльності.

Список використаних джерел

1. Западов А. В. От рукописи к печатной странице: О мастерстве редактора. – М.: Сов. писатель, 1978. – 302 с.
2. Выокова Т. Б. Восемьдесят пять радостей и огорчений: Размышления редактора. – 2-е изд. – М.: Книга, 1986. – 232 с.
3. Авраменко И. Ф. Должность или призвание: Размышления издателя. М.: Книга, 1988. – 272 с.
4. Сучасний редактор: проблеми професійного вишколу / [Н. В. Зелінська, Е. І. Огар, Ю. Е. Фінклер, Н. І. Черниш] // Наукові записки Інституту журналістики / Київ. нац. ун-т. – 2002. – Т. 7. – С. 19-22.
5. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця. К.: Наша культура і наука, 2006. – 560 с.
6. Дуткевич Т. В. Психологія творчості : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – Кам’янець-Подільський : Агентство «МЕДОБОРИ», 2003. – 134 с.
7. Клименко В. В. Психологія творчості : навч. посібник. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 480 с.
8. Міщиха Л. П. Психологія творчості : навч. посіб. – Івано-Франківськ : Гостинець, 2007. – 448 с.
9. Роменець В. А. Психологія творчості : навч. посіб. – З. вид. – К. : Либідь, 2004. – 287 с.
10. Problem solving [Electronic resource] // Wikipedia, the free encyclopedia. – Mode of access: URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Problem_solving. – Last access: 17.02.2011. – Title from the screen.
11. Партико З. В. Редагування: творчість чи ремесло? // Вісник Книжкової палати. 1999. – №9. – С. 12-15.
12. Волкова Е. Г. Творческое мышление и его роль в деятельности редактора / Е. Г. Волкова // Технология и техника друкарства. – 2008. – №2 (20). – С. 131-134.

-
13. Рябинина Н. З. Редактор и автор: искусство общения / Н. З. Рябинина, Е. Н. Воронина // Издательское дело: науч.-техн. информ. сб. – 1995. – Вып. 6. – 48 с.
 14. Партико З. В., Саплін Ю. Ю. Творче редагування як комунікативне явище / З. В. Партико, Ю. Ю. Саплін // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. – 2010. – №3. – С. 115-119.

There have been described the methods of creation, in particular, the creative methods of problem and/or complicated tasks. Put forward methods one should use as the creative editing techniques. The definition of creative editing is set. The author of the article has observed the correlation between the normative and creative editing, has described the stages and has called attention to the examples of the application of the creative editing in publishing practice.

Key words: editing, creation, problem solving techniques.

УДК 655.5 (070)

М. А. Рожило

*Волинський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО КНИГОВИДАННЯ ДЛЯ ДІТЕЙ

Проаналізовано сучасні тенденції релігійного книговидання в Україні. З'ясовано різні аспекти функціонування релігійної літератури: жанрово-тематичний, аудиторний, мовний.

Ключові слова: релігійна комунікація, релігійне книговидання, концептуальні засади, жанрово-тематичний аспект, морально-етична проблематика.

Постановка проблеми. Релігійна книга є важливим засобом поширення віри, богословського знання, основ моралі, етики, духовної культури. Також її можна розглядати в контексті релігійної комунікації (як один із феноменів специфічної структури людського існування – релігії). Водночас значення релігійної книги варто розглядати за межами лише церковної практики та богословської науки. Це неоціненне джерело для розуміння людини, світу, світу людини, існування людини у світі тощо.

Релігійна книга відіграє важливу роль у становленні дитини, у формуванні її свідомості, поглядів на світ, впливає на духовно-ціннісні орієнтири, а також на майбутній вибір дитиною свого життєвого шляху тощо. Тому з'ясування сучасних тенденцій розвитку релігійного книговидання для дітей є актуальним питанням в контексті релігійної комунікації.

Крім терміна «релігійна комунікація» існує поняття «релігійна інформація». Професор А. Бойко, аналізуючи релігію в мас-медіа України, зазначає, що релігійна інформація – назва умовна, оскільки будь-які відомості стосовно релігії мають передусім світоглядний характер, а отже впливають на свідомість споживача цих відомостей, формуючи його думки, а іноді й змінюючи цінності, орієнтири [4, с. 33].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До початку 1990-х років вивчення релігійного книговидання було фрагментарним, необ'єктивним, часто тенденційним. В умовах незалежної Української держави видавнича діяльність церков та релігійних організацій, релігійні мас-медіа як складова загальноукраїнського книговидання та журналістики стали об'єктом наукового розгляду чималої кількості вчених, зокрема А. Бойко [4; 5], І. Крупського [7], І. Склена [15], А. Юраша [16] та ін. Праці дослідників стосуються переважно всеукраїнських ЗМІ, а також аналізуються окремі аспекти функціонування регіональної періодики, і релігійної зокрема. Вивченю мовного аспекту богословських видань на Волині в історичному контексті присвячено працю історика В. Борщевиша [6].

Дослідженню православної книги в Білорусі присвячено працю Т. Самойлюк [14]. Науковець розглядає православне книговидання на рівнях синхронії та діахронії; називає тематико-галузевий та видовий склад сучасної православної літератури (і розглядає в цьому контексті дитячу релігійну літературу). Важливим спостереженням авторки є зауваження про те, що в державному стандарті Білорусі релігійне видання за цільовим призначенням виділено в окремий вид, тоді як у діючому стандарті Росії такої позиції немає [14, с. 11]. Додамо, що у Державному стандарті України ДСТУ 3017-95 «Видання. Основні види. Терміни та визначення» інформації про релігійні видання також не фіксуємо.

Аналіз інформаційної ситуації на книжковому ринку України за 2008-2010 роки (дані «Літопису книг: державного бібліографічного покажчика України») [8] засвідчив функціональну, жанрово-тематичну та аудиторну різноманітність книг релігійної тематики.

Метою нашої розвідки є розглянути сучасні тенденції розвитку релігійного книговидання в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Релігійна книга розрахована не лише на читачів, що залучені до віри, але й на широку аудиторію, і зокрема дітей та батьків. Тематика передбачає охоплення різновікової категорії читачів. Автори, укладачі, редактори та видавці релігійних книг мають на меті реалізацію світоглядних, комунікативних, просвітницьких, пропагандистських, виховних, інформаційних, культурологічних та інших функцій.