

Л. В. Давидова,
асистент

УДК 655.254.22: 655.523

Робота редактора та коректора регіональних видавництв і редакцій ЗМІ у сучасних умовах

У статті розглядаються проблемні питання, що стосуються роботи редакторів та коректорів, які працюють у регіональних видавництвах і редакціях ЗМІ, процес конвергенції на периферії, аналізується рівень опрацювання цієї проблематики вітчизняними фахівцями.

Ключові слова: редактор, коректор, конвергенція, інтернет-медіа.

Вступ. Професійність редактора і коректора у сучасному світі має значний вплив не лише на процес редакційно-видавничої підготовки друкованої продукції, дотримання видавничих стандартів, кінцеву якість медіапродукту, а й на формування культури видання і підвищення рівня культури споживача. Значний інтерес викликає активний розвиток процесів конвергенції у журналістиці та видавничій справі, поява нових редакторських професій.

Питанням роботи редактора присвячено чимало досліджень українських фахівців, зокрема «Літературне редагування» В. Різуна, «Видавнича справа та редагування», «Книга для автора, редактора, видавця», «Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання» М. Тимошика, «Літературне редагування» Р. Іванченка, «Стилістика й редагування» А. Капелюшного, «Художньо-технічне редагування» В. Шевченко та ін., особливості роботи коректора в сучасних умовах розглянуто у підручнику «Коректура» Т. Крайнікової. Активний розвиток процесів конвергенції аналізується у статтях «Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ» М. Женченко, «Перехід на нові формати» С. Панюшкіної. Проте ці дослідження стосуються більшою мірою діяльності редакторів і коректорів, які працюють у видавництвах і засобах масової інформації, що є провідними учасниками медіаринку. Тому актуальність нашої статті полягає в необхідності вивчення особливостей роботи редактора і коректора в сучасних умовах на прикладі, зокрема, видавництв і редакцій ЗМІ Житомирської області.

Мета дослідження – проаналізувати проблеми і виклики, з якими доводиться стикатися редакторів і коректорів в регіональних видавництвах, газетах, журналах, інтернет-медіа, охарактеризувати особливості їхньої роботи у сучасних умовах.

Методи дослідження. У роботі використано такі методи дослідження: спостереження, аналіз, порівняння, узагальнення.

Результати й обговорення. І редактор видавництва, і редактор ЗМІ повинен мати аналітичне мислення, бути комунікабельним, освіченим, відчувати найтонші нюанси слова, а найголовніше – бути справжнім професіоналом у сучасних надскладних умовах.

Професійні компетенції редактора насамперед пов'язані з тим, яку саме редакторську посаду він посідає. М. Тимошик розрізняє такі редакторські посади, які безпосередньо належать до кола професійних обов'язків редактора: головний редактор; заступник головного редактора; провідний (старший) редактор; редактор; молодший редактор; редактор-організатор; літературний редактор; новинний редактор (редактор новин); науковий редактор; титульний редактор; спеціальний редактор; художній редактор; технічний редактор; випусковий редактор [1, с. 16].

Не всі особи, які працюють на перелічених посадах, здійснюють власне редагування. Приміром, головний редактор у ЗМІ здійснює здебільшого керування організацією, займається видавничою діяльністю та контролює роботу інших редакторів [2, с. 30].

У невеликих регіональних видавництвах доволі часто редактор виконує всі організаційні функції і водночас здійснює літературне редагування. Прагнучи надати авторському оригіналу стильової досконалості, редактор у жодному разі не повинен вносити суб'єктивні правки, намагаючись суттєво відредагувати текст без потреби і замінити авторське бачення власним. Недаремно у багатьох видавництвах основним принципом роботи редактора є фраза: «Авторське – то святе!» Занадто захопитися виправленнями може як редактор-початківець, так і досвідчений фахівець. У першому випадку



прагнення «підмінити» авторське бачення своїм власним можна спробувати виправдати браком досвіду, прагненням утвердити себе в обраній професії, в якій молода людина робить лише перші кроки. Проте доволі часто авторові доводиться співпрацювати з редактором, який з огляду на багаторічний досвід вважає за можливе повчати, нав'язуючи авторові своє бачення, тоді як справжній професіонал має лише підказати йому варіанти покращення тексту у ненав'язливий спосіб, щоб у того склалося враження, що рішення щодо певних змін і виправлень належить саме йому, а не було авторитарно насажене редактором.

До професійних компетенцій коректора належить не лише досконале знання правопису, а й тонке відчуття нюансів слововживання, уміння помітити стильову недоречність, а часом і здатність запропонувати кращий варіант редагування. Сучасний коректор повинен усеосяжно бачити текст, бути знавцем мови, зобов'язаний бездоганно володіти технікою і методикою книжкової, журнальної та газетної коректур, уміти підраховувати обсяг виконаної ним роботи в обліково-видавничих аркушах, мати широкий кругозір і особливо добре знатися на проблемах, що визначені його видавництвом як профільні [3, с. 67].

Реалії діяльності видавництва на Житомирщині такі, що науковий редактор залучається до роботи лише у разі потреби, а посада коректора у багатьох видавництвах узагалі відсутня. Тож редактор має здійснювати і редагування, і коректуру, що негативно впливає на кінцеву якість видання. Доволі часто авторський оригінал опрацьовує коректор-початківець або філолог, який узагалі не обізнаний з методикою внесення коректурних виправлень. Непоодинокими є випадки, коли книга виходить в авторській редакції, без залучення до роботи над текстом редактора чи коректора. Про наявність коректоратів, та ще й двомовних, в обласних видавництвах узагалі не йдеться. Приміром, на сьогодні у житомирському комунальному книжково-газетному видавництві «Полісся», порівняно з іншими місцевими видавничими організаціями (ПП «Рута», краєзнавче видавництво «Волинь», видавець М. Г. Косенко та ін.), найбільш повно укомплектований штат співробітників: тут працюють редактор, технічний редактор, коректор (ще кілька років тому в редакційному відділі було три коректори).

Негативний вплив на формування культури видання мають непоодинокі випадки скорочення термінів на редакційно-видавничу підготовку. Дедалі частіше замовники намагаються звести її до мінімуму, тож навіть досвідчені пра-

цівники не можуть гарантувати бездоганне опрацювання авторського оригіналу і підготовку його до друку за дуже стислий термін. За такого напруженого ритму роботи доводиться відступати від традиційних методик редагування, адже в редактора не залишається часу на те, щоб повністю ознайомитися з авторським оригіналом, тому необхідно робити стилістичні виправлення, керуючись своїми враженнями про текст після прочитання певної логічно завершеної частини матеріалу.

Слід зазначити, що друкована продукція, яку випускають місцеві видавництва, у більшості випадків відповідає видавничим стандартам, пройшла якісну редакційно-видавничу підготовку і є конкурентоспроможною на ринку. Своєрідним рейтингом якості роботи місцевих видавничих організацій є щорічний конкурс «Книга року», у багатьох номінаціях якого найкращою визнається продукція житомирського комунального книжково-газетного видавництва «Полісся» («Літопис житомирського футболу» Віктора Казидуба), ПП «Рута» («Избранные произведения» у 2-х томах Михайла Полюги), ФОП «Кирилюк І. В.» («Житомирський вернісаж. Краса України. Житомирщина») та ін.

Аналізуючи діяльність засобів масової інформації в сучасних умовах, неможливо ігнорувати той факт, що для багатьох споживачів друковані ЗМІ, радіо і телебачення вже давно перестали бути єдиним джерелом інформації. В Україні триває активний розвиток процесів конвергенції у журналістиці та видавничій справі.

На думку С. Панюшкіної, основна суть конвергенції полягає в створенні контенту (інформаційних матеріалів) для всіх видів ЗМІ й управлінні цим інформаційним потоком з єдиного центру. Це не означає, що видавці відмовляються від якогось свого продукту й повністю переходять працювати у мережу. Маємо на увазі поєднання різних інформаційних каналів і заснування єдиної творчої редакції, в якій досягається максимальна синергія всіх ЗМІ [4].

М. Женченко у своєму дослідженні зазначає, що керівники багатьох російських та українських мас-медіа воліють створювати не конвергентну, 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 мультимедійного інтернет-ресурсу. Остання ж є основним джерелом появи новітніх редакторських професій, серед яких – редактор інтернет-ресурсу (сайту, порталу), контент-редактор, редактор мультимедійного контенту (мультимедіаредатор, веб-редактор мультимедійного контенту), редактор сформованого читачем контенту [5, с. 144].



Контент-редактори сайтів пишуть статті, прес-релізи, новини, складають описи послуг, заголовки і тексти, які можна змінювати чи оновлювати на сайті. Система управління сайтом дає їм змогу власноруч вносити зміни в будь-який час [6].

Термін «контент-редактор» доволі чітко характеризує діяльність особи, що відповідає за наповнення сайту. Проте, на відміну від таких назв посад, як редактор сайту (веб-проекту, інтернет-ресурсу), не може вживатися як синонім поняття «головний редактор сайту» [7].

Аналізуючи засоби масової інформації Житомирщини, ми дійшли висновку, що розвиток конвергенції в регіоні можна проілюструвати на прикладі видання «20 хвилин». Це незалежний портал, який оперативно висвітлює події в Житомирі, Коростені, Бердичеві, Коростишеві, Малині, Новоград-Волинському. Новини створює мультимедійна редакція RIA та 20minut.ua. Сайт входить до видавничої групи RIAMedia, яка також є частиною медіакорпорації RIA. Редакція запрошує читачів додавати власні новини в розділ «Від читачів», що засвідчує наявність на сайті сформованого читачем контенту. Для прихильників друкованого продукту видається газета «20 хвилин», яка є членом Всесвітньої газетної асоціації. «20 хвилин» діють також у Вінницькій, Тернопільській областях. До найпопулярніших інтернет-видань регіону належать, зокрема, й «Журнал Житомира», «Житомир.info», «0412.ua».

Дуже популярними на Житомирщині, як і раніше, залишаються друковані ЗМІ. Серед найпопулярніших видань – «Ехо», «Житомирщина», «Субота», «20 хвилин», «Лесин край», «Соборна площа», «Малинські новини», «Романівський вісник» та ін.

У деяких редакціях і сьогодні працюють випускові редактори. Така посада збереглася у газеті «20 хвилин», брусилівському «Відродженні», овруцькій «Зорі» та інших друкованих виданнях. Функції випускового редактора змінилися з появою так званої «холодної» (комп'ютерної) верстки і розвиваються у двох напрямках. З одного боку, у напрямі діяльності «відповідальних за номер», які координують надходження статей, перечитують і змінюють їх (часто ці функції виконує головний редактор, який відповідає за зміст). З іншого боку, у напрямі роботи дизайнерів, які вставляють усі необхідні елементи, налаштовують макет відповідно до графіки (це переважно зона відповідальності художнього керівника) [8, с. 209]. Для друкованих ЗМІ Житомирщини характерний розвиток функцій випускового редактора в першому напрямі. Його діяльність

набуває особливого значення для тих видань, які верстаються і друкуються дистанційно.

Висновки. Отже, розглянувши особливості роботи редактора і коректора у сучасних умовах на прикладі видавництв і редакцій ЗМІ Житомирської області, а також проаналізувавши стан конвергенції у регіоні, доходимо висновку, що сьогодні на Житомирщині переважають друковані видання, проте дедалі більшу аудиторію завойовують інтернет-медіа. Успішною є і практика створення конвергентного ньюзруму, коли на сторінках друкованого ЗМІ розміщуються статті з аналізом ситуації і коментарями експертів, а на сайті можна прочитати новини з відео- та аудіосюжетами. Контент формують також читачі, які мають змогу надіслати новини електронною поштою або розмістити фото чи відео. На нашу думку, процес конвергенції на Житомирщині триватиме, адже потреби сучасного споживача дедалі важче задовольняти лише за допомогою так званих «старих медіа». На прикладі ситуації, що склалася в Житомирській області, можна аналізувати спільні і відмінні аспекти роботи редактора і коректора видавництв і редакцій ЗМІ інших регіонів України.

1. Тимошик М. С. Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання : практич. посіб. / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2012. – 384 с.
2. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи : навч. посіб. / З. В. Партико. – Л. : ВФ Афіша, 2006. – 416 с.
3. Крайнікова Т. С. Коректура : підручник / Т. С. Крайнікова. – К. : Наша культура і наука, 2005. – 252 с.
4. Панюшкіна С. Перехід на нові формати [Електронний ресурс] / С. Панюшкіна. – URL: <http://www.telekritika.ua/magazine/infoproject/2008-05-07/38219>.
5. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ / М. І. Женченко // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2012. – Т. 49. – С. 142–146.
6. Что за профессия – контент-редактор сайта? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.](#)
7. Дем'янова А. Контент-менеджер, веб-редактор чи редактор сайту? [Електронний ресурс] / А. Дем'янова. – URL: http://journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n9-2/tele-and_radio_journalism-9-2-33.pdf.
8. Аньес І. Підручник із журналістики: Пишемо для газет / І. Аньес. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544 с.

Подано до редакції 15. 02. 2014 р.



Davydova Ludmyla. Work of the editor and corrector of the regional mass-media publishing houses and editorial offices in the contemporary conditions.

The article deals with the problematic questions concerning the work of editors and correctors engaged in the regional publishing houses and editorial offices, the process of convergence in the province. It is analyzed also the level of studying of these problems by our domestic specialists.

Keywords: editor, corrector, convergence, internet-media.

Давыдова Л. В. Работа редактора и корректора региональных издательств и редакций СМИ в современных условиях.

В статье рассматриваются проблемные вопросы, касающиеся работы редакторов и корректоров, которые работают в региональных издательствах и редакциях СМИ, процесс конвергенции на периферии, анализируется уровень изучения этой проблематики отечественными специалистами.

Ключевые слова: редактор, корректор, конвергенция, интернет-медиа.