



УДК 655.3.022.11

ЧАСОПИСИ ГАЛУЗІ ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

© І. Л. Побідаш, Г. Борисовська, НТУУ «КПІ», Київ, Україна

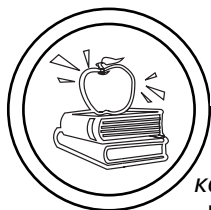
В статье сделан обзор периодической прессы отрасли издательского дела и редактирования, проанализировано современное состояние разных видов профессиональных изданий. Выявлены перспективы совершенствования нынешних журналов отрасли и создания новых издательских проектов.

The periodic press round-up of industry of publishing business and editing is done in the article, the modern state of different types of professional editions is analysed. The prospects of perfection of present magazines of industry and creation of new publishing projects are exposed.

Актуальність теми зумовлена необхідністю систематичного аналізу стану сучасних галузевих періодичних видань із метою визначення подальших перспектив розробки та створення нових часописів у галузі видавничої справи та редагування. Актуальність обраної теми підтвердило й наше попереднє дослідження щодо знань студентів спеціальності «Видавничі справи та редагування» фахових галузевих часописів. Під час нашого дослідження було застосовано метод опитування. В експерименті взяло участь 60 студентів третього («екваторіального», серединного) курсу стаціонару. Їм було запропоновано дати відповіді на такі питання: 1) які часописи галузі видавничої справи та редагування Ви знаєте? 2) які з них читаєте і наскільки часто (*часто, рідко, ніколи, завжди, тільки за завданням викладача, під час написання курсової* тощо), 3) чи бачите потребу в створенні фахового видання силами студентів (можливо за допомоги вик-

ладачів) на базі Видавничо-поліграфічного інституту НТУУ «КПІ»?

Виявилось, що 60 % (!) опитуваних студентів не змогли назвати жодного фахового видання; 14 % респондентів виявили своє нерозуміння щодо питання які видання є професійними, зарахувавши до них «Поліграф», «Літературну Україну», «Мовознавство», «Україну молоду», або й просто книги «Коректура», «Загальне редагування», «Художньо-технічне редагування» тощо (усього 21 видання), і тільки 26 % студентів змогли назвати (хоча й поодинокі) часописи галузі, зокрема «Вісник книжкової палати», «Директор типографії», «Друг читача», «Друкарство», «Друкарство молоде», «Книжник review», «Поліграфія», «Print week», «Print +». Як для майбутніх професіоналів і вже не першокурсників вражаюче: 74 %-26 %. Що ж з названого читають наші респонденти? «Друг читача» (...*кожен номер*), «Друкарство молоде» (...*тільки тоді,*



КНИГОЗНАВСТВО

коли там є моє прізвище), «Книжник review», «Print +» (...один раз на два місяці). Усього не читає галузевих часописів 81 % опитаних і тільки 9 % читає!

Однак більшість студентів підтримує ідею заснувати такий часопис на базі вузу ВПІ НТУУ «КПІ» — 70 %. До того ж з приписами *...бо немає нічого взагалі, про студентів ніхто не дбає; звичайно; обов'язково, але щоб був цікавим, малоюмовірно, що це буде цікаво.* Один респондент, який не дав відповідь на попередні питання зазначив так, *але, щоб часопис був серйозним.* 30 % висловилися з цього приводу «ні», однак не обійшлося без коментарів: *не цікаво це, не доцільно з точки зору попиту, можна знайти інформацію в інших журналах (!).*

Отже, *Об'єкт дослідження* — українські часописи галузі видавничої справи та редагування й журналістики в контексті існування сучасної фахової періодики, а *предмет* — тематичне спрямування, закономірності організації, стан та перспективи вдосконалення галузевого періодичного видання в українському медіапросторі.

Мета — визначити шляхи покращення фахового часопису з видавничої справи та редагування на основі вивчення та аналізу нинішньої галузевої періодики, теоретичних засад творення періодичних видань в умовах функціонування сучасних ЗМІ.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

1) визначити місце фахових періодичних видань із видавни-

чої справи в сучасних українських ЗМІ та здійснити класифікацію періодичних видань галузі;

2) провести комплексне дослідження історії формування та сучасного стану кожного виду періодики на підставі чинних видань галузі та суміжних видань книгознавчого комплексу;

3) виявити можливості підвищення змістової ефективності галузевих часописів з метою впровадження у видавничий обіг нових аналогів із видавничої справи та вдосконалення тих, що вже існують на сьогодні.

Методи дослідження — метод класифікації, системного аналізу, синтезу, історико-описовий метод та метод моделювання.

Новизна полягає в систематизації існуючих на сьогодні періодичних видань галузі та розробці стратегії створення нового часопису з видавничої справи та редагування чи журналістики.

Теоретичне значення результатів дослідження визначається можливістю подальшого розвитку теорії створення нового часопису із видавничої справи та редагування на основі здійсненого аналізу обраної періодики.

Практичне значення дослідження полягає в можливості врахування отриманих результатів класифікації та системного аналізу періодичних видань під час розробки та створення нових галузевих часописів: як друкованих, так і в мережі Інтернет, а також організації видавничих проектів видавництвами фахової літератури.

КНИГОЗНАВСТВО



Тлумачний словник української мови визначає поняття *часопис* як «періодичне друковане видання у вигляді книжки; журнал; назва будь-якого періодичного видання» [5, С. 277].

Часописи галузі видавничої справи та редагування можна розподілити за такою класифікацією:

- наукові періодичні видання;
- художньо-публіцистичні періодичні видання;
- науково-практична публіцистика.

До *наукових періодичних видань* відносяться збірники матеріалів конференцій, наукові публікації викладачів кафедри видавничої справи та редагування або журналістики, часописи, засновниками й видавцями яких є вищі навчальні заклади тощо.

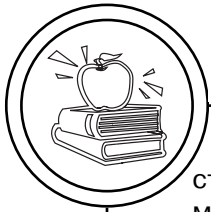
За даними Порталу української книжкової індустрії [3], на сьогодні існують такі наукові періодичні видання:

«*Вісник Київського університету. Серія: Журналістика*» — щорічне видання, засноване 1994 року на базі міжвідомчого наукового збірника «Журналістика: преса, телебачення, радіо», що функціонує з 1976 р. До 1982 р. він виходив двічі на рік, з 1983 р. — один раз на рік. Головні його теми — теорія, історія та практика ЗМІ. З 2000 р. Інститут журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка розпочав видання нових часописів: «Наукові записки Інституту журналістики», «Українське журналістикознавство», «Актуальні питання масової комунікації», «Стиль і текст», «Образ».

«*Наукові записки Інституту журналістики*» — це періодичне наукове видання, щоквартальний збірник Наукової школи журналістикознавства та теорії масової комунікації. Воно присвячене результатам наукової діяльності колективу Інституту журналістики та науково-педагогічній діяльності викладачів інституту, які готують фахівців за спеціальностями «журналістика» і «видавнича справа та редагування» (спеціалізації «редагування» і «менеджмент ЗМК»).

«*Українське журналістикознавство*» — щорічний науковий журнал, що аналізує розвиток українського журналістикознавства минулого століття, та прогнозує майбутнє науки. Окрім того, журнал призначений виконувати об'єднувальну, консолідуючу функцію для вчених, які працюють на факультетах і у відділеннях журналістики по всій Україні. Основне завдання — узагальнювати й поширювати досвід наукової діяльності в галузі журналістикознавства у всіх навчальних закладах та в інших наукових осередках.

«*Стиль і текст*» — наукове періодичне видання, що містить матеріали, присвячені організації тексту та стилістичним аспектам його оформлення. Це актуальні питання теорії тексту — проблеми розуміння журналістського твору, типології інформаційного мовлення, комунікативні аспекти одиниць повідомлення в тексті. У стилістичних студіях автори висвітлюють актуальні проблеми функціонування мови у сфері масової комунікації: використання мовних засобів для увізнення рекламних текстів,



КНИГОЗНАВСТВО

стильових аспектів фахового мовлення, проблему мовного суржику в ЗМІ. Номери містять цікаві розвідки в галузі термінології та жанрової специфіки, зокрема з'ясування генези і сфери вживання поняття «ментальності», змістового спрямування молодіжної газети за допомогою заголовного комплексу.

«Актуальні питання масової комунікації» — щорічний інформаційний бюлетень, періодичне наукове видання, розраховане як на фахівців із питань масової комунікації (журналістикознавців, журналістів, рекламознавців та виготівників реклами, спеціалістів із питань інформаційно-аналітичної діяльності, інформаційних технологій), так і на студентів, які лише здобувають фах працівника сфери масової комунікації. Вчені Інституту висвітлюють питання засобів масового спілкування як показника інформаційного забезпечення суспільства; формування інформаційного простору держави та визначення її інформаційної політики, подальший вплив на систему прийняття рішень людьми, державними інститутами й владою. «Актуальні питання масової комунікації» містить рубрики: «Комунікатор», «Зміст комунікації», «Засоби комунікації», «Дослідження аудиторії», «Ефективність комунікації».

«Образ» — щорічний інформаційний бюлетень, періодичне наукове видання у галузі публіцистики та літератури, присвячене питанням журналістської, публіцистичної та літературної майстерності, актуальним проблемам українського й зарубіж-

ного літературознавства, літературно-художньої, телевізійної, радіомовної, пресової й книговидавничої критики.

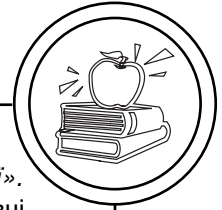
Факультет журналістики Львівського національного університету ім. І. Франка так само видає «Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика». Також цей навчальний заклад видає часописи, що стосуються видавничо-поліграфічної галузі, до їх складу входять і розділи про видавничу справу та редагування. Сюди належать видання «Наукові записки кафедри періодичної преси». «Поліграфія і видавнича справа» «Наукові записки Української академії друкарства».

«Поліграфія і видавнича справа» — науково-технічний збірник, заснований 1964 року. З 2006 року збірник почав виходити два рази на рік. Це найстаріше із нині діючих українських видань, присвячених проблемам видавничо-поліграфічного комплексу та книгорозповсюдження. Матеріали, подані для опублікування в збірнику, групуються за такими розділами:

- технологія поліграфічного виробництва;
- поліграфічні машини;
- автоматизація технології друкарства: алгоритми, сигнали, системи;
- економіка й організація поліграфії;
- видавнича справа і редагування;
- книгознавство і книгорозповсюдження.

«Наукові записки Української академії друкарства» — науково-технічний збірник, заснований 1999 р. З 2006 р. збірник ви-

КНИГОЗНАВСТВО



ходить два рази на рік. Матеріали, подані для опублікування в науково-технічному, збірнику групуються за такими розділами:

- поліграфічне машинобудування;
- технологія поліграфічного виробництва і поліграфічних матеріалів;
- інформаційні технології і автоматизація поліграфічного виробництва;
- економіка і організація поліграфії;
- природничі науки;
- суспільно-гуманітарні науки (секція книгознавства, видавничої справи та організації книжкової торгівлі).

Таким чином, кількість наукових періодичних видань достатня, проте вони не завжди адаптовані для сприйняття пересічного представника галузі, адже в них друкуються здебільшого наукові статті вчених, викладачів, дослідників для апробації результатів та підвищення індексації цитування.

Переважну частину *художньо-публіцистичних видань* становлять студентські проекти, газети та журнали. Наприклад, кафедрою видавничої справи та редагування Інституту журналістики представлені такі студентські проекти [1]:

Газета «Редактор». Основні рубрики: «Кубло редактора», «Про нас», «Критика», «Правове підґрунтя», «Хата-читальня», «Студконспект», «Істота номера», «Хана».

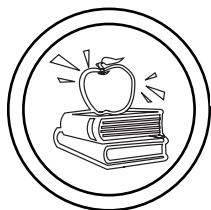
Газета «Молодий журналіст». Основні рубрики: «Редакційна», «ALMA MATER», «Ми це бачимо», «Гумор».

Журнал «Світ комунікації». Основні рубрики: «Законодавчі стар/новини», «Ти Ба!», «Прес на пресу», «Конфлікт думок», «Студент «Світу...»», «Сторінка відкритих дверей», «ЗМК у «Світі...»», «PR для «кавників»», «Homo Legens», «ProFOTO».

Варто зауважити, що останнім часом кількість студентських ЗМІ щороку збільшується. Це пояснюється прагненням студентів донести свою думку до читачів. До того ж, студентська преса з огляду на обмежену (університетськими стінами) читачку аудиторію часто дає змогу отримати зворотний зв'язок — реакцію на власні думки та стиль викладення матеріалу. Не менш важливу роль відіграє й зацікавленість у технології створення власного інформаційного продукту, зокрема, під час написання текстів, їх редагування й оформлення (верстці та дизайні).

Крім того, студентська преса завжди цікавіша й креативніша, на відміну від менторської, офіційної. Хоча тиражі її завжди малі та нерегулярні, а віднадження ресурсів для її виробництва потребує величезних зусиль. Мова матеріалів вирізняється стилем викладення та подачею інформації. У них утверджується настанова на мовленнєву розкутість, порушення й руйнування усталених форм слововживання. Зокрема, спостерігається вживання різнопланових засобів «осучаснення» мовлення [4, С. 16].

Науково-практична публіцистика представлена найменше серед періодичних видань галузі.



КНИГОЗНАВСТВО

«Вісник Книжкової палати» — науково-практичний журнал, виходить один раз на місяць. Засновником, редакцією, видавцем і виробником є Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова». Належить до наукових фахових видань, містить ґрунтовні дослідження з різноманітних аспектів книговидавничої індустрії.

«Друкарство» — науково-практичний журнал, призначений для фахівців видавничої справи, поліграфії та книгорозповсюдження. Характеризується науковістю, об'єктивністю, неупередженістю, оперативністю. Основні орієнтири — сприяння розбудові видавничо-поліграфічного комплексу та виховання грамотного покоління поліграфістів.

Журнал внесено до переліку наукових фахових видань у галузі філологічних і технічних наук. Це дозволяє аспірантам і здобувачам, які готуються до захисту дисертацій, публікувати тут свої наукові статті.

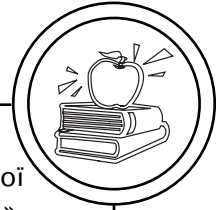
Часопис виходив раз на два місяці обсягом 96 сторінок. Основні рубрики видання — «Держава і книга», «Поліграфічна справа», «Видавнича справа», «Науковий пошук», «Устаткування», «Витратні матеріали», «Виставки, форуми, конференції», «Обличчя», «Фахова підготовка», «Книжкова полиця», «Історія», «Новини».

Публікації охоплюють усі аспекти й етапи редакційно-видавничого та друкарського процесів, а також висвітлюють нагальні питання законотворення, оновлення галузевої норматив-

ної бази, запровадження на поліграфічних підприємствах прогресивних методів управління та контролю якості продукції, підвищення культури видань тощо.

Протягом 1994-2006 рр. опубліковано сімдесят один номер цього журналу. У 2007 році він припинив своє існування.

«Друг читача» щотижневе видання «Укркниги», Укоопспілки, «Союздруку», згодом — Держкомвидаву УРСР і Товариства любителів книги Української РСР — з 1960 по 1992 рр. З 2004 р. газета виходить двічі на місяць, українською мовою, розповсюджується по всій території України накладом 3000 примірників. Газета розрахована на широке коло читачів, однак переважну більшість передплатників становлять бібліотеки, школи, вищі навчальні заклади, видавництва, книгарні України. Нині «Друг читача» — це книжковий інформаційний ресурс, що знайомить читачів з книжковими новинами України на світу, з українськими та закордонними письменниками, новинами видавництва. Із 2008 року газета «Друг читача» спільно з медіахолдингом «Главред» веде проект «Книжкові сезони». Це щомісячні прес-конференції на літературну тематику, що мають на меті створити канал постійного зв'язку між персонами, причетними до літературного життя країни та громадськістю і пресою, а також надавати книжкову інформацію з перших рук. «Принт плюс: папір та поліграфія» видається з 2002 р. десять разів на рік українською та російською мовами. Видання



подає незалежний ринковий огляд та об'єктивно висвітлює Супутник журналу — довідник «Поліграфія України» — єдине в країні видання, що містить інформацію про суб'єктів поліграфічного ринку — усього про 7 тис. типографій, а також постачальників матеріалів, паперу та обладнання. Цільова аудиторія видання: компанії, які надають послуги друку; дистриб'ютори обладнання, матеріалів та паперу; рекламні агентства, які співпрацюють з галуззю поліграфії та видавці; підприємства інших сфер економіки, які замовляють поліграфічну продукцію або послуги.

«PrintWeek» — діловий журнал про поліграфію, заснований 1958 р. у Великобританії. Нині він видається у багатьох країнах світу, наприклад в Україні, в Росії, Германії, Об'єднаних Арабських Еміратах. «PrintWeek» — це джерело оперативної та об'єктивної інформації для менеджерів та власників індустрії друку. Журнал «PrintWeek Ukraine» — це часопис для всіх, хто працює у поліграфічному бізнесі. Щодва тижня PrintWeek пропонує своїм читачам актуальну, об'єктивну та корисну інформацію про український та світовий поліграфічний ринки. У журналі вміщені новини, репортажі з виставок, конференцій, семінарів, інтерв'ю з керівниками провідних вітчизняних типографій, пропозиції на ринку щодо продажів обладнання та матеріалів.

Таким чином, зникнення із видавничого обігу власне науково-практичних та масових часописів, які містили спеціаль-

ні рубрики галузі видавничої справи («Книжковий огляд», «Книжник review», «Палітра друку», «Друкарство» тощо) лише поглибило кризу галузевої періодики з видавничої справи та редагування.

Отже, фахові періодичні видання досить по-різному представлені в галузі видавничої справи та редагування й мають такі перспективи вдосконалення:

— наукові видання вимагають перевірки якості дослідження (чи це не компіляція, чи це не стосується штучної науковості, чи не повторюється один і той же матеріал під різними прізвиськами, чи автор повністю розкрив свою концепцію і вніс нове в науку, чи адаптований текст для сприйняття пересічними представниками галузі);

— художньо-публіцистичні матеріали потребують дотримання мовно-стилістичних вимог, жанрової чіткості, застосування в навчальному процесі (створення власного інформаційного продукту: студенти з власної ініціативи практикуються в пошуках своєї ніші в інформаційному просторі або під керівництвом викладача, коли участь у створенні проекту є обов'язковою й оцінюється викладачем, з допомогою якого студенти визначають концепцію майбутнього видання, обирають редакційний колектив, розподіляють обов'язки й виконують поставлені завдання);

— науково-практична публіцистика вимагає збільшення кількості видань, практичного підходу до висвітлення проблем галузі (практичні поради для ре-



КНИГОЗНАВСТВО

дакторів, журналістів, досвід докторами, видавцями тощо), інших працівників, наприклад, об'єктивного подання новин через інтерв'ю з відомими ре- давничої справи тощо.

1. Електронна бібліотека Інституту журналістики [Електронний ресурс] : Режим доступу : journlib.univ.kiev.ua. 2. Овдiєнко Н. Студентські ЗМІ як різновид журналістської практики в умовах Болонського процесу (на прикладі газет «Студентська координата» та «Молодий журналіст») / Н. Овдiєнко : Наукова бібліотека // Електронна версія журналу Верховної Ради України «Вiче» [Електронний ресурс] : Режим доступу : www.viche.info (25.12.2009). 3. Портал української книжкової індустрії [Електронний ресурс] : Режим доступу: uabooks.info. 4. Слiнчук В. В. Текстові засоби творення образу сучасної молоді в друкованих ЗМК / В. В. Слiнчук // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2001. — Т. 6. — С. 16—20.

Надійшла до редакції 30.03.10