

ВИДАВНИЧА КУЛЬТУРА В РЕАЛІЯХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ВГОРУ СХОДАМИ, ЩО ВЕДУТЬ УНИЗ

У статті запропоновано короткий екскурс в історію становлення уявлень про культуру видання. На конкретних прикладах охарактеризовано сучасний стан видавничої культури та позначено шляхи її піднесення.

Ключові слова: культура видання, книжковий ринок, типологія видань, пошуковий образ книжки.

I. Вступ

Пропонована розвідка – не чергова репліка у професійній дискусії про культуру видання як таку та про елементи, з яких вона складається: хоч ця дискусія і точиться не один десяток років, та, попри розбіжність у термінах та їх тлумаченнях, усе ж більше схожа на хор однодумців, аніж на суперечку непримиренних опонентів. Відтак – ми і не намагаємося виконати якусь особливу “партію” у цьому хорі: адже, згідно з популярним афоризмом Чарльза Дьюела, *“все, що може бути винайдено, вже винайдено”* (*“Everything that can be invented has been invented”*) – і культура видання тут не виняток (досить навести у різні роки виголошені та надруковані міркування В. Барикіна [1], І. Жаркова [3], Т. Крайнікової [5], А. Мільчина [7–9], Н. Черниш [12] та ін.).

II. Постановка завдання

Мета нашого дослідження дещо інша – по-перше, простежити за тим, як, змінюючись у часі (залежно від рівня розвитку видавничої галузі та кон’юнктури книжкового ринку), ідея культури видання “оволодівала масами” видавців і втілювалася в конкретних видавничих проектах; по-друге, проаналізувати сучасний стан реалізації принципів підготовки “видавничо культурної” книжки в Україні і, нарешті, по-третє, визначити перспективи розвитку уявлень про культуру видання й можливості її забезпечення в умовах рішучого наступу електронних медіа та спотвореного економічним хаосом українського книжкового ринку.

III. Результати

При цьому відштовхуватися будемо від засадничого, а саме: книга є духовно-матеріальною субстанцією, складниками якої виступають **зміст** (тобто закладена в неї інформація певної тематики), **форма викладу цього змісту** (тобто текст як сукупність певним чином скомпонованих мовленнєвих одиниць і, при потребі, нетексто-

вих елементів) та **матеріальний носій** (тобто власне книжка з відповідною конструкцією, системою художньо-технічного оформлення й поліграфічного виконання). Кожен із цих елементів, своєю чергою, розпадається на відповідні “молекули” й “атоми”, а все разом утворює складно організовану, щоразу унікальну, структуру, в якій наповнення, значущість, співвідношення складників завжди, в усі часи, підпорядковувалося вищим комунікативним цілям творців книги (хоч це й не завжди ними усвідомлювалося і саме так називалося).

Наступним засадничим положенням нашого дослідження є класична дефініція А. Мільчина, за якою культура видання – це *“ступінь відповідності видання в цілому та всіх його компонентів завданням його ефективного використання”* [7, с. 187]. Наведена дефініція підкреслює прагматичну природу проблеми, адже прискорення пошуку видання серед інших, полегшення орієнтації в його структурі, оптимізація сприйняття змісту тощо (саме так розшифровує свою формулу культури видання А. Мільчин) – це, по суті, створення комфортних умов для спілкування читача з книжкою, що, у перспективі, дає змогу розраховувати як на його, читача, прихильне ставлення до книжки й до читання загалом, так і на довічне успішне функціонування видавничої галузі як постачальниці “зручних” книжок.

Разом із тим такий підхід увиразнює та посилює роль редактора, видавця у створенні висококультурного видання, позаяк акцентовані А. Мільчиним елементи ніколи – ні раніше, ні зараз – не входили до першочергових знань і зацікавлень переважної маси авторів, в усі часи більше заклопотаних втіленням власних думок і фантазій, ніж, наприклад, “приземленим” формуванням покажчика чи нудним звірянням цитат. Іншими словами, автор пише твір – редактор (разом із іншими учасниками видавничого процесу) здійснює його видавниче “обрамлення” – друкарня забезпечує полі-

графічне втілення. Звісно, ця схема може працювати, і майже ідеально, – але за однієї дуже суттєвої умови: коли всі причетні до народження видання є *особливими* людьми – творчими, професійними, спеціально вивченими, “заточеними” на книжку (у дужках залишаємо як даність їх постійно діюче мирне порозуміння).

Насправді ж, як і в кожній сфері людської діяльності, де є розподілена між різними суб'єктами інтелектуальна праця, ідеальні схеми спрацьовують дуже рідко (тим рідше, чим ця праця складніша), і тому, вочевидь, про повну гармонію в розумінні авторських, редакторських і друкарських функцій при створенні книжки можна говорити лише стосовно дуже ранніх друкованих видань, в яких усі ці функції виконувала одна особа (навіть якщо готувався до друку неавторський, наприклад, канонічний твір, друкар – тогочасний видавець – частково переймав на себе й авторські функції, вдаючись до своєрідного компонування, створюючи допоміжні тексти, звертаючись безпосередньо до читача. Так, у львівському Апостолі Івана Федорова від 1574 р., текст якого повторює його ж московську версію, видавець умістив на початок три пояснювальні статті, а післямову замінив публіцистичною автобіографією; авторською післямовою завершив Федоров укладений ним того ж 1574 р. Буквар, до якого, поміж іншим, умістив і звернення до батьків – у формі *“досить логічно скомпонованої компіляції з різних розділів Книги притч”* [4, с. 117]. Одночасне ж і одноособове виконання функцій усіх творців книжки забезпечувало повну гармонію змісту, вербальних і зображальних форм його репрезентації та друкарського відтворення).

Загалом же, якщо дошукуватися витоків уявлень про культуру видання, то слід зауважити, що це – категорія історично змінна, зміни ж зумовлені насамперед розширенням функцій книги в суспільстві і постійним посиленням демократичної складової у процесі її створення та функціонування: від книги – носія сакрального знання, доступного одиницям і адресованого небагатьом, людська спільнота перейшла, з появою книгодрукування, до масових видань з мільйонними накладками, зміст і форма яких уже об'єктивно не можуть підпорядковуватися канонам першодруків. А проте навіть розкішні багатолістровані фоліанти в шкіряних оправах і з коштовними оздобами не цуралися й ознак функціональної краси: так, ранні підручники, зокрема, граматики, писалися (а згодом друкувалися) чіткими великими літерами – з розрахунку на читача-учня, молитовники для представниць прекрасної статі – меншого формату, легші, делікатніше оформлені – відрізнялися від

аналогічних за змістом видань для, так би мовити, службового використання, що було винятково чоловічим; рукописні трактати професорів Києво-Могилянської та Острозької академії обов'язково уміщували посторінкові коментарі до складних положень чи незрозумілих слів, що розташовувалися навколо основного тексту – це полегшувало сприймання навчального матеріалу; шановані в середньовічній Україні збірки мудрих сентенцій “Бджоли” для зручності користування були упорядковані – матеріали в них розташовані за алфавітним порядком імен авторів чи початкових літер висловів або за тематикою, – що, кажучи сучасною мовою, підвищувало їхню інформаційну цінність і сприяло пошуковості; старі козацькі літописи виявляються чітко структурованими, вони мають титульні та заголовкові дані, містять, хоча й у зародковому вигляді, такі елементи наукового апарату, як анотація, реферат, покажчики, зміст (див.: [10]).

Перелік прикладів можна продовжувати і продовжувати, але вже й з нього видно, що нам у спадок дісталися доволі чітко окреслені уявлення про видавничу культуру, матеріалізовані у взірцевих для свого типу книжках. І хоча поступова комерціалізація галузі неминуче мала поставити на потік не лише технологію виготовлення книжок, а й “зав'язані” на технології підходи до їх створення, все ж “привид видавничої культури” ніколи не зникав і не знімався з порядку денного.

Показовою в цьому плані є бізнесова стратегія геніального і дуже успішного галицького видавця Івана Тиктора, який у 20-х рр. ХХ ст. створив свою медіа-імперію – концерн “Українська Преса”. Книжки, численні часописи, популярні календарі, що виходили впродовж усього періоду функціонування концерну (1923–1939), були не просто ефективною реалізацією новітніх бізнес-проектів спритного, “поворотного” видавця-комерсанта, – вони, кожен по-своєму, ставали потужними чинниками ідеологічного та культурного впливу на всі прошарки українського населення, чинниками формування консолідованої політичної нації на теренах тодішньої Польщі. Та зараз мова не про це: Тиктор продемонстрував дуже точне розуміння такої тонкої матерії, як читацька потреба, дуже чуйне ставлення до можливості/неможливості з боку потенційних читачів цю потребу задовольняти і, нарешті, дуже раціональний підхід до розв'язання суперечності між наявною потребою та обмеженими можливостями її реалізувати.

Зокрема, для найширших (а отже, для найбідніших) читацьких мас випускалися гранично економні, дешеві (за рахунок оптимальних форматів, невеликих обсягів і,

при цьому, значних накладів) видання, а водночас для вузької цільової аудиторії забезпечених фахівців розроблялися і втілювалися фундаментальні видавничі проекти. Так, започаткувавши як додаток до газети "Наш Прапор" книжкову серію "Українська Бібліотека", Тиктор за неповних сім років випустив 80 книжок (авторства У. Самчука, Л. Мосендза, О. Турянського та ін.) і... наразився на гостру критику журналу "Дзвони": *"...Треба би справді щиро привітати почин... п. Івана Тиктора, видавати 95 грошову "Українську Бібліотеку", – писав рецензент. – Щоб дотримати цієї низької ціни... кожний том не сміє виходити поза вісім аркушів 16°, не може бути друкований на знаменитім папері, ну й автор не може бути добре оплачуваний. Ті три чинники доповнює ще й найважливіший: книжка мусить мати великий наклад, бодай 5 тисяч примірників. Добрий бізнесмен п. Тиктор усе те знає й відповідно до того виглядає його "Українська Бібліотека": ніякий том не переходить 128 сторін друку, наклад 5 тисяч... папір лихий, обгортка дуже рідко вартісна, хоч яrescoльорова. Коли якийсь твір переходив би 128 ст. друку, то видавець його "притинає" до демократичного рівня інших..."* [6, с. 527–528].

Усе процитоване – і правда, і неправда: Тиктор, дійсно, мусив удаватися до рішучих виправлень-скорочень, щоб запобігти перевитраті коштів на папір і поліграфію, а відтак – подорожчання книжки для читача, але водночас він не шкодував гонорарів для знаних художників свого часу, які оформлювали випуски "Української Бібліотеки" (серед них М. Бутович, Е. Козак, П. Ковжун, П. Холодний та ін.) і в такий спосіб прилучав публіку до культури книжкового дизайну. Що ж до фундаментальних видавничих проектів – "Велика історія України" (1934–1935), "Історія українського війська" (1935–1936), "Історія української культури" (1937–1938) і незакінчена "Всесвітня історія" (1938–1939), то вони за всіма ознаками відповідали сформованим на той час канонам видавничої культури: тексти, написані найкращими авторами-істориками (І. Крип'якевич, Б. Гнатевич, М. Голубець, В. Радзикович та ін.), що забезпечили наукову якість змісту і високу культуру викладу, проілюстровані найкращими художниками-графіками (див. згаданих вище), що створили естетично привабливий образ видань, оправлені у добротні ілюстровані палітурки. Але й тут Тиктор виявив неабияку оригінальність: спочатку видання виходили щомісяця окремими дешевими зошитами по 3 друк. арк. (48 с.) кожний і були доступні кожному, і лише потім оправлені у книжки, що за якістю своєю могли становити гордість будь-якої фахової історичної бібліотеки.

Гнучка та винахідлива видавнича політика, що її проводив Тиктор, по суті, є втіленням тих найефективніших моделей видавничої діяльності, якими послуговується весь цивілізований світ. І в цьому сенсі його досвід, зокрема, розуміння адресності книжки та відповідне "спорядження" її елементами видавничої культури, що так мало відомо сучасним видавцям, варте уважного сучасного прочитання та, по можливості, актуалізації.

Утім, нові реалії інформаційного суспільства, що дедалі більше переорієнтовується на електронні медіа, і породжені цим нові виклики традиційній книзі, з притаманними їй способами підготовки та формами втілення, – примушують сьогодні по-новому підходити як до книговидавання загалом, так і до розв'язання проблем видавничої культури зокрема. Не вдаємося тут до велими популярних нині дискусій щодо "кінця галактики Гутенберга", "втрати книгою духовної зверхності", "кінця писемності" та ін. (вони детально проаналізовані у монографії В. Теремка "Видавництво-XXI. Виклики і стратегії" [11], де автор – успішний видавець-практик і, водночас, глибокий дослідник сучасних інформаційних процесів – пропонує своє стратегічно-філософське бачення перспектив традиційної книги та її електронних конкурентів). У контексті заявленої теми нам уявляється доцільнішим показати ті проблеми, які і в нинішніх умовах можуть чи могли би бути успішно розв'язані **на користь культури видання** – при сумлінному професійному підході всіх учасників видавничого процесу.

Отож, останні події українського видавничого життя, зокрема, традиційний, вже 19-й, Форум видавців у Львові, засвідчили: при всьому розмаїтті та різнобарв'ї книжкової продукції (а її представляли понад 760 видавництв і видавничих організацій), тих, що по-справжньому можуть виборювати звання творців висококультурної книги (будь така номінація на цьому книжковому "Оскарі") не просто мало – одиниці. Понад 400 видань, допущених до участі у конкурсі на кращу книгу, оцінювалися за різними критеріями: 1) оригінальність, художня, публіцистична чи наукова цінність і вагомість змісту; 2) цілісність та новизна концепції; 3) відповідність оформлення та виконання жанрові; 4) актуальність та суспільний резонанс; 5) якість редакційної підготовки, у тому числі літературне, наукове, технічне, художнє редагування, коректура, художнє оформлення, кольоровідтворення.

Здавалося б, така система критеріїв мала би сприяти всебічній і, головне, об'єктивній оцінці книжок-"конкурсантів" і виявити серед них ті, що найкраще виконують свої функції в межах відповідного виду літерату-

ри (і справді, не можуть же змагатися в одній “ваговій категорії” дитяча казка та наукова монографія, чи художній альбом і поетична збірка!). Натомість виявилось, що специфіка виду літератури та типу видання (що є визначальним в окресленні їхніх функцій і споживчих характеристик) не надто враховувалася: головною в оцінюванні стала “картинка”. І дарма, що Гран-прі конкурсу не було присвоєно, – книжки, що опинилися в “топі”, вирізнялися насамперед кількістю ілюстрацій і кількістю кольорів, задіяних в оформленні обкладинки (а також, звісно, відомістю імен авторів і назв видавництва).

Утім, ми би не стали драматизувати цю ситуацію, розуміючи, що в своїх оцінках журі просто моделювало типову ситуацію: адже пересічний читач, хочемо ми того чи ні, найперше звертає увагу на зовнішнє оформлення видання. А раз так, грамотний, професійний видавець зробить усе, щоби ця увага була спрямована в потрібне рiчище і щоби “картинка” не була у книжці, як, за словами С. Маршака, “перламутровий гудзик на лабораторній колбi”.

На жаль, “грамотних, професійних” як серед видавців двох останніх десятиліть, так і серед нині зареєстрованих в Україні понад 5200 суб’єктів видавничої справи, вочевидь, не дуже багато, інакше б на книжковому ринку не з’являлися видання, що можуть лише скопрометувати книгу як продукт людського інтелекту. Так, обкладинку книжки про дуже неестетичну, і навіть жорстоку процедуру – **“Вичинка та фарбування шкур у домашніх умовах”** (К.: Техніка, 1999) – прикрашають натуралістично відтворені зображення надзвичайно милих кроликів і овечок, і це вже саме по собі мало б стати приводом для протесту з боку товариства захисту тварин. Або: обкладинка книжки, присвяченої складанню печей і камінів, з бібліотеки “В допомогу дачнику” називається **“Танцюем от печки”** ([Б. м.]: Общественное мнение, 1990) (що взагалі-то означає “починаємо з головного”), а “прикрашена” (звісно, в лапках) зображенням пари танцівників-бальників! При оформленні обкладинки роману Є. Кононенко **“Російський сюжет”** (Львів: Кальварія, 2012), в якому змодельовано сучасний варіант пушкінського “Евгенія Онегіна”, використано фрагмент картини Т. Шевченка “Катерина” (?!), про що видавець чесно повідомляє на звороті титульного аркуша. Приклади, до нашого спільного сорому, можна продовжити.

Проте, як уже зазначалося, культура видання виявляється не тільки, і навіть не стільки в його оформленні, скільки у вмiлiй організації текстового матеріалу, підпоряд-

кованій вимогам зручності та ефективності впливу.

А тут важливим стає вже вербальний пошуковий образ книжки, правильне визначення типу видання, логічно організована структура. До прикладу, на яку проблематику буде орієнтуватися потенційний читач, якщо книжка називається **“Розум, мислення, здоров’я”** (Дрогобич: Добре серце [Б. р.]?) Але читач дуже здивується, коли виявить, що за цими глобальними категоріями стоять усього-навсього 49 сторінок примітивного тексту, аж ніяк не здатного розкрити сутність заявленого в назві.

Або – безапеляційна назва шкільного довідника **“Усі зарубіжні письменники”** (Харків: ПП “Торсінг плюс”, 2009), яка на ділі обертається кількома десятками коротких біографій та оглядів творів, що не вичерпує не лише всього багатства світової літератури, а й змісту відповідних навчальних програм.

Величезні проблеми виникають й у зв’язку з тотальним незнанням типології видань. Пропонуючи видавництву свій твір, автор, безумовно, має певні уявлення (або, принаймні, побажання) щодо того, в якому виді літератури та типі видання цей твір буде втілено. На жаль, ці авторські уявлення часто не є достатньо точними, а ще частіше – не підтверджуються самим запропонованим матеріалом. До прикладу, чи можна видавати у вигляді підручника авторський оригінал, назва якого не збігається з назвою дисципліни, що у ньому викладається? – з погляду типології навчальних видань, категорично ні: відповідність має бути абсолютною. Однозначно негативна реакція редактора у цьому випадку, проте, може наштовхнутися на амбіції автора (адже підручник – це найвища форма втілення дидактичного матеріалу, апофеоз викладацької діяльності!), а також “захитатися” під впливом ринкових реалій (підручник, в силу своєї забезпеченої міністерським грифом обов’язковості для використання в усіх навчальних закладах цього рівня і профілю, обіцяє мати більший наклад, а отже, бути вигіднішим і для самого видавництва).

Сучасна видавнича практика рясніє й іншими випадками, коли автори (а то й некваліфіковані або неприципові редактори) дуже приблизно уявляють собі “узаконені” чинним стандартом види літератури та типи видань, їхні основні типологічні ознаки, у результаті чого видання отримують не властиві їм місця у типологічній системі. Покажемо це на прикладі з каталогу:

“Климко О., Ковалко К. Власна справа : навч.-метод. посіб. для початківців. – К. : Юніверс, 2001. – 108 с.

Посібник крок за кроком знайомить підприємців-початківців з тим, як зареєструвати, вести і зробити успішною власну справу, – визначивши тип видання, як *“навчально-методичний посібник для початківців”*, автори і солідне видавництво вже у цьому формулюванні припустилися серйозної помилки, – *адже користувачами навчально-методичних видань є не ті, що вчать, а ті, що навчають*, – і поглибили цю помилку в анотації, підтвердивши читацьке призначення, не відповідне заявленому типові видання (за стандартом, **навчально-методичний посібник** – *“навчальне видання з методик викладання навчальної дисципліни (її розділу, частини) або з методики виховання”* [2, с. 17]).

Часто видавці не знають або не можуть визначитися, до якої з типологічних “комірок” є найближчим підготований оригінал. Про вагання авторів-укладачів щодо власного твору та повну безпорадність (чи неуважність) двох (!) редакторів свідчать такі типологічні “варіації” у межах елементів... того самого видання – **“Засоби масової інформації: професійні стандарти, етика та законодавчі норми”** (К.: Нічлава, 2006): на титульній сторінці його називають *“навчальний посібник”*, на звороті титульної сторінки, у бібліографічній смужці та у прикнижковій анотації – *“наукове видання”*, на реквізитній сторінці – *“Наукове видання. Посібник”*. Зауважимо, що, по-перше, *навчальний посібник* належить все ж до навчальної літератури; *посібник*, залежно від характеру вміщеної у ньому інформації, – до тієї самої навчальної або ужиткової, а у типологічному спектрі наукової літератури такі типи видань відсутні; по-друге, між посібником і навчальним посібником є велика різниця, зумовлена відмінністю сфер їхнього використання та функцій.

Можна нескінченно довго наводити інші численні прояви видавничого безкультур'я у продукції українських видавців. Та на одному з них слід наголосити особливо – це неприпустимо неуважне ставлення до перевірки та репрезентації інформаційної бази видання. Неточності в цифрах і датах, викривлення імен та прізвищ, відвертий плагіат, порушення правил цитування – ці й багато інших так званих фактичних помилок виникають насамперед з вини автора, а не помічаються та не виправляються погано навченими редакторами. Останні часто, для перестрашування, вказують, що вони не несуть за це відповідальності. Але ж читачеві байдуже, з чиєї вини Президента НАН України Бориса Патона названо директором бібліотеки імені Вернадського, Італію розміщено на Піренейський півострів, а письменника Володимира Набокова названо уче-

ним-офтальмологом (хоча він усе життя займався ентомологією). Просунутий читач посміється над тим, що герой літературного твору надсилає фотоплівку... електронною поштою, а от учень, що купить педагогічно аморальну за своєю сутністю книжку **“Географія. Зразки відповідей на екзаменаційні білети”** (К.: Навч. центр “Школа”, 2003), отримає, крім неточних площ територій, довжин рік і висот гір, ще й інформацію про столицю Канади місто **Таранто!**

Та, напевно, апофеозом авторської недбалості та браком найменшої редакторської пильності є випущена у Донецьку монографія (науковий твір, що має відповідати найвищим критеріям точності!), присвячена подіям Другої світової війни. Процитуємо:

“Не менш важливим аспектом у виданні періодичної преси були також кадри. У перші ж місяці фашистської окупації німецька адміністрація залучала до роботи в газетах і часописах переважно тих українських журналістів, хто в період правління Радянської влади не зміг, за тих чи інших причин та обставин, реалізувати свої професійні і творчі здібності. Серед них С. Горезалов, С. Квіт, І. Крупський, В. Лизанчук, А. Москаленко, М. Нечиталюк, М. Присяжний та багато інших” (виокремлено нами. – Н.З.) (Салата О. Формування німецького інформаційного простору в Рейхскомісаріаті України та в зоні військової адміністрації (червень 1941–1944 рр.). – Донецьк: Норд-прес, 2010. – С. 124–125).

Як цей ряд відомих поважних журналістикознавців, більшість із яких навіть за датою народження не могли прилучитися до приписаної їм діяльності, потрапив на сторінки цієї, з дозволу сказати, наукової праці? Звідки (припускаємо, з якогось автореферату) вони були механічно скопійовані та вставлені в невластивий контекст? – це запитання до автора й видавців.

IV. Висновки

На жаль, ці та інші численні приклади авторської, редакторської, друкарської недбалості, неохайності дають усі підстави недоброзичливцям традиційної книги говорити про її занепад – тоді як причина лежить у площині банального непрофесіоналізму.

І ще одне: суворі для традиційної книги сьогоденні реалії не залишають їй іншого вибору, як боротися за своє існування, постійно підвищуючи видавничу культуру – адже піднятися догори ескалатором, що рухається донизу, можна лише в один спосіб – бігти швидше...

Список використаної літератури

1. Барыкин В.Е. Культура книги / В.Е. Барыкин // Книга : энциклопедия. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 354.

2. Видання. Основні види. Терміни та визначення : ДСТУ 3017–95. – К., 1995. – 48 с.
3. Жарков И.А. Технология редакционно-издательского дела [Электронный ресурс] / И.А. Жарков. – Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook077/01/index.html?part-007.htm#i105>.
4. Ісаєвич Я. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми / Ярослав Ісаєвич. – Л.: Ін-т українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2002. – 520 с.
5. Крайнікова Т.С. Культура видання: дефініція, структура та чинники / Т.С. Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики. – 2011. – Т. 43. – С. 134–138.
6. Лишкевич С. [Мох О.] “Між двох сил”. (Оцінка книжок 95 грошової “Укр. Бібліотеки”) / С. Лишкевич // Дзвони. – 1933. – Ч. 11–12. – С. 527–531.
7. Мильчин А.Э. Издательский словарь-справочник / А.Э. Мильчин. – М.: Юристъ, 1998. – 472 с.
8. Мильчин А.Э. Культура издания, или Как не надо и как надо делать книги : практическое руководство / А.Э. Мильчин. – М.: Логос, 2002. – 224 с.
9. Мильчин А.Э. Пути повышения культуры издания / А.Э. Мильчин // Книжная культура: Опыт прошлого и проблемы современности : материалы междунар. науч. конф. – М.: Наука, 2005. – С. 39–43.
10. Пещак М.М. Розвиток давньоруського і староукраїнського наукового тексту / М.М. Пещак. – К.: Українознавство, 1994. – 272 с.
11. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія / Василь Теремко. – К.: Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія “Монограф”).
12. Черниш Н. Культура видання: теоретична модель та її практичне застосування / Н. Черниш // Палітра друку. – 1996. – № 4. – С. 55–57.

Стаття надійшла до редакції 14.12.2012.

Зелинская Н.В. Издательская культура в реалиях информационного общества: вверх по лестнице, ведущей вниз

В статье предлагается короткий экскурс в историю становления представлений о культуре издания. На конкретных примерах характеризуется современное состояние издательской культуры и намечаются пути ее повышения.

Ключевые слова: культура издания, книжный рынок, типология изданий, поисковый образ книжки.

Zelinskaya N. Publishing Culture in the Realities of the Information Society: Up the Down Staircase

The short excursus to the history of shaping of imaginations about the publishing culture has been proposed. Involving the concrete examples the actual condition of the culture of publishing is characterized, and the ways of its raising are marked.

Key words: culture of publishing, book market, typology of issues, searching shape of book.