

7. Donath J. 1999. Identity and Deception in the Virtual Community. In *Communities in cyberspace*, edited by M. A. Smith and P. Kollock. London; New York: Routledge. Suler / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smg.media.mit.edu/people/Judith/Identity/>

УДК 007 : 304 : 655

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ПОШУКИ ТА СОЦІАЛЬНІ ЕФЕКТИ

Надія Зелінська
(Львів, Україна)

У статті доведено необхідність сучасної «реабілітації» редагування як творчої та ефективної складової редакційно-видавничого процесу, що забезпечує успішну участь видавничого продукту у процесах соціальної комунікації. Запропоновано в нових умовах оцінити соціальні ефекти, яких можна досягти завдяки професійним подходам до підготовки видань.

Ключові слова: редагування, редакційно-видавничий процес, видавничий продукт, соціальні ефекти.

В статті доведена необхідність сучасної «реабілітації» редагування як творчої та ефективної складової редакційно-видавничого процесу, що забезпечує успішну участь видавничого продукту у процесах соціальної комунікації. Запропоновано в нових умовах оцінити соціальні ефекти, яких можна досягти завдяки професійним подходам до підготовки видань.

Ключевые слова: редактирование, редакционно-издательский процесс, издательский продукт, социальные эффекты.

The necessity of actual “rehabilitation” of editing as creative and effective element of editing-publishing process which assures the publishing product to be efficient in the processes of social communication is proved. The social effects of the professional approaches to developing issues are proposed to be evaluated in new conditions.

Key words: editing, editing-publishing process, publishing product, social effects.

Постановка проблеми. Навряд чи доцільно сперечатися з Біблією, чия рекомендація *не наливати молоде вино у старі міхи* витримала всебічні випробування часом і досвідом. Але, можливо, приступаючи до обговорення заявленої проблеми, варто перефразувати біблійний вислів і запропонувати все ж *налити старе вино у нові міхи*, досягнувши цим подвійного ефекту: старе витримане вино цінується вище за молоде, а міцні нові міхи довго слугуватимуть його збереженню. Що маємо на увазі? – власне те, що, на жаль, змушені повторювати мало не щоразу у професійних дискусіях як про дисципліни навчального плану підготовки видавців, редакторів, так і про теоретичні обрис

нової наукової спеціальності «теорія та історія видавничої справи та редагування», а саме: розвиток теорій редагування на тлі технічно озброєного, просунутого видавничого сьогодення повинен відбуватися синхронно зі своєрідною «реабілітацією» традиційних, навіть «архаїчних» редакторських практик (уважне прочитування тексту, повноелементний редакторський аналіз із формулюванням об'єктивної оцінки потенційного видання, обговорення спірних моментів з автором, виправлення авторського оригіналу та узгодження окремих позицій тощо), відкидання яких під гаслами модернізації, прискорення процесу та ін. вже призвело до різкого зниження якості видань, що випускаються в Україні [2, с. 312]. Причинами цього фахівці називають насамперед скорочення часу і коштів на редакційну підготовку оригіналів, внаслідок чого багато видавництв відмовляються від традиційної схеми редакційно-видавничого процесу, зводячи його в кінцевому підсумку до гранично спрощеної моделі: складання і верстка з одним вичитуванням, а то й без вичитування. Тобто, за межами прискореної «новітньої» схеми нерідко опиняється навіть попередній редакторський аналіз, а часто і редагування як таке.

А між тим, як би кардинально не змінювалися соціально-політичні, ідеологічні, технологічні та ін. режими творення інформаційного продукту, сутність власне професійної діяльності видавця, редактора залишається незмінною: пошук і відбір літературного (незалежно від виду літератури) твору, його оцінка, удосконалення, підготовка до видання, вплив на поліграфічне виконання та участь у подальшому просуванні на книжковому ринку. Цей аксіоматичний набір дій і процедур, здавалося б, не мав викликати жодних заперечень – при професійному підході до справи. Важко, однак, уявити, що на таких позиціях «процесуальної повноти» стоять усі понад 3,5 тисячі суб'єктів – зареєстрованих в Україні видавництв та видавничих організацій, – більшість з яких випускають по 1-2 книги на рік, відтак, просто не встигають опанувати усіма видавничими технологіями, а, головне, проникнутися основними принципами, на яких здавна базується фах. З огляду на далеку перспективу, не меншу небезпеку становлять так само непрофесійні підходи до підготовки майбутніх видавців, редакторів – якщо вони відображають хибний ефемерний досвід саме таких видавництв або базуються на джерелах, чії автори дистанційовані як від реалій галузі, так і від засадничих теорій фахової діяльності. Останнє стає особливо проблематичним у світлі появи нової наукової спеціальності «теорія та історія видавничої справи та редагування» – спеціальності, яка, в силу своєї новизни, перебуває у стані концептуального окреслення основних складових і виформування власного предметного поля (зрештою, як і вся нова галузь науки, до складу якої вона входить, – «Соціальні комунікації»).

Отже, «реабілітація» і «відновлення у правах» галузі – як сфери креативної практичної діяльності та поля результативних теоретичних досліджень не просто на часі: з огляду на ті реальні та потенційні ефекти, що можуть бути досягнуті внаслідок грамотного, професійного провадження цієї діяльності, значення її для життя суспільства – як раніше, так і сьогодні – уявляється абсолютно унікальним.

Виклад основного матеріалу. Звісно, у межах статті неможливо навести всі наявні аргументи – визначні події видавничого минулого (навіть конспективний опис їх потребував би не одного солідного тому), та один знаковий факт – на підтвердження зазначеного вище – усе ж варто згадати.

Відомо, що історія наукової журнальної періодики (як і журналів взагалі) бере початок у 1665 р., коли, один за одним, з'явилися два часописи – французький “Journal des Sçavants” та англійський “Philosophical Transactions”. Останній (орган Лондонського Королівського Товариства) аж до кінця XVIII ст. залишався провідним виданням свого часу і, за словами Т. Хакслі, *«якби всі книжки у світі, крім “Philosophical Transactions”, були знищені, можна з упевненістю говорити, що основи фізичної науки залишаться непорушними і що... інтелектуальний прогрес останніх двох століть буде значною мірою... збережено»* (цит. за: [4, р. xvi]). Проте ми згадуємо тут не стільки вагомі здобутки британської науки, скільки ефективну редакторську практику. Як стверджує сучасний американський дослідник Д. Аткінсон, особлива роль у становленні часопису належала його редакторові – Генрі Олденбургу. По суті, це він винайшов тип сучасного наукового журналу та започаткував прийнятий тепер характер організації редакційного портфеля – залучав кореспондентів з усього світу, закликав їх до дипломатичного ведення критики, але водночас провокував суперечки між кореспондентами, стратегічно вважаючи їх найбільшим стимулом у науковій роботі; нарешті Олденбург був «лінгвістом» – вільно володів більшістю європейських мов, відтак, одержуючи матеріали французькою, італійською, ще популярною тоді латиною, він не просто перекладав – «англізував» (“englished”) та скорочував їх, в сутності, мало що залишаючи від авторських оригіналів. При всій позірній некоректності такого редагування саме воно дозволило утвердитися журналові на Олімпі наукової періодики та (увага!) залишатися там і таким донині! А отже, вочевидь, редакторський радикалізм на зорі становлення різних функціональних стилів мовлення та зародження типологічних систем видань – у період, коли «критична маса» авторів ще до цього не готова, – має право на існування і схвалюється історичною практикою. *«Ми живемо і комунікуємо у межах соціальних наслідків нашої історії, – пише у зв'язку з цим Д. Аткінсон, – і лише поглиблюючи соціально-історичне розуміння того, де ми є зараз, ми можемо спрямувати себе у місце, що задовольнить нас більше»* [4, р. ix].

Реалії, в яких сьогодні відбувається творення українського видавничого продукту та наповнення книжково-інформаційного ринку загалом (тотальне зниження рівня як філологічної грамотності, так і загальної культури авторів – при постійному зростанні масовості авторства, тематична «всєдність» видань та публікацій, заниження рівня читацьких запитів тощо), – усе це якраз і мало би підвищити рівень редакторського радикалізму та видавничої відповідальності, а також спонукати до сприймання видавничої справи як форми діяльності, що може суттєво вплинути на загальний рівень комунікативної культури суспільства. (Показово, як у пошуках шляхів економії на видавничому процесі не виправдали себе і сподівання на те, що редакторську оцінку та редагування авторського оригіналу можна замінити фаховим рецензуванням, – його видавничу «неповносправність» визнають навіть успішні американські видавці: *“...Критерії оцінки рукописів не завжди відомі оцінювачам. На першому місці при схваленні рукопису часто опиняються такі зовнішні чинники, як престиж інституції, до якої належить автор, існування особливих стосунків між авторами і редактором чи рецензентами, стаття автора (!), професійний статус рецензента і навіть... довжина рукопису або кількість посилань, які він уміщує”* [9, р. 86]).

І тут, вочевидь, доведеться ще і ще раз пригадувати „добре забуте старе” – власне те, *чому і навіщо* „перепускати” авторський текст через дрібне (чим дрібніше, тим краще!) сито видавничого відбору та редакторського опрацювання.

Відповідь на запитання „*чому?*” коріниться в індивідуальній природі творення авторського тексту та соціальному характері його читацького сприймання, між результатами яких існують доволі серйозні «ножиці»-розходження. І позаяк визначальним для редактора (а особливо в ринкових умовах) є все ж задоволення потреб читача, його, редакторські, втручання в авторський текст, у професійному ідеалі, диктуються «читачецентризмом» або, в умовах сучасної комунікації, соціоцентризмом (про що нам у же доводилося писати [2, с. 211]).

Соціально-комунікаційний аспект редакторської діяльності впливає із самої сутності роботи редактора – безпосередньої, і при цьому вирішальної, участі у підготовці до публікації літературного твору, основна суспільна функція якого – функція соціального спілкування (через свій твір автор спілкується з певним, окресленим читацьким призначенням видання, колом уявних «співрозмовників»). Комунікаційна діяльність, крім того, визначена ще й організаційними процесами, що супроводжують увесь цикл “життєдіяльності” видавничого продукту – від появи креативної ідеї, яка згодом у ньому втілюватиметься, до його просування на ринку.

Саме активна участь у комунікаційних процесах висуває високі професійні вимоги до особи редактора. Настільки високі, що, наприклад, Асоціація вільнонайманих редакторів Канади (The Freelance Editors' Association of Canada) запропонувала світові (у прямому розумінні – «викинувши» в Інтернет) справжній кодекс редактора – набір професійних стандартів, серед яких не лише перелік особистих рис редактора, а й чіткий набір знань і умінь, що забезпечують високу якість опрацювання авторського оригіналу. Та найцікавішим уявляється початкове речення преамбульної частини: *“Editing is both an art and a craft”* («Редагування є одночасно мистецтвом і ремеслом») [6].

Розуміння редакторської праці як мистецької, творчої, – що червоною ниткою проходить через усю історію існування фаху, – це ще один із «забутих» постулатів, які в українських видавничих та «білявидавничих» колах, налаштованих нині на кризовий аскетизм, потребують найшвидшої «реабілітації». Якщо, звісно, ми хочемо витримати конкуренцію з боку зарубіжних видавців, для яких домінування *творчої складової* у роботі редактора сумнівам не підлягає.

Творчий характер редакторської праці обстоюють і зарубіжні теоретики, що вже давно працюють в умовах достатньої “технічної озброєності” усіх редакційно-видавничих процесів, а отже, могли б з більшими на те підставами говорити про її “технократизацію”. *“...Багато з того, що роблять редактори є творчим, і навіть художнім, – пишуть автори “універсального довідника для студентів і журналістів” “Principles of Editing” (“Принципи редагування”) Д. Л. Фрацелл та Дж. Тук. – Написання заголовків є творчим. Рішення, що публікувати, є творчим. Наставництво авторів є творчим. <...> Типографічна майстерність є творчою. <...> Усі ці аспекти праці залишаються повними життєвої енергії також і у вік відео і будуть буяти пишним цвітом так довго, як довго буде поцінюватися мистецтво використання слів та ілюстрації”* [8]. Додамо до цього, що творчий характер редакторської праці

часто акцентується вже у назвах присвячених їй праць: напр., “The Art and Science of Book Publishing” (“Мистецтво і наука книговидання”) [5], “The Art of Editing” (“Мистецтво редагування”) [7], “The Fine Art of Copyediting” (“Красне мистецтво редагування рукопису”) [10] та ін.

Щодо цільових установок редагування (відповідь на запитання „навіщо?”), то вони, схоже, лежать у площині досягнення тих *соціальних ефектів*, на які розраховує кожний професійний комунікатор – чи то автор (письменник, журналіст, викладач тощо), чи то редактор, видавець. Зрештою, і сам процес видавання (тобто тиражування та оприлюднення) покликаний трансформувати продукт індивідуального авторства – твір – у продукт масового «споживання» – видання. І якщо автори, створюючи тексти для уявно сконструйованих читачьких кіл, лише *потенційно* інформують їх, впливають на їх свідомість, взаємодіють з ними, то видавці *реально* забезпечують «постачання» потрібної суспільству інформації, отримуючи від автора її «сировинну форму» і доводячи цю форму до оптимальної (або, хоча б, до прийнятної) – кількісно (за рахунок накладу) і якісно (за рахунок редакторського опрацювання).

Значна частина очевидних ефектів редакційно-видавничого опрацювання авторських матеріалів була визначена й артикульована задовго до того, як традиційна вітчизняна видавнича справа («старе вино») відчула на собі дію двох новітніх чинників – комп’ютеризації та домінування ринкових стосунків («нові міхи»). Але навряд чи можна назвати ці ефекти такими, що втратили актуальність, – навпаки, нова конфігурація стосунків «автор – редактор/видавець – читач» робить їх ще відчутнішими.

Так, згідно з традиційними уявленнями, редакторське опрацювання тексту, *по-перше*, сприяє ефективності повідомлення [3, с. 6], себто створенню таких умов спілкування автора і читача, коли читач сприймає і розуміє твір у повній відповідності до авторського задуму. Екстраполюючи це давнє твердження М. Д. Феллера на видавниче сьогодення (зокрема, враховуючи наявність сильного конкурентного середовища – електронних медіа), сучасний редактор має – у процесі опрацювання авторського оригіналу – забезпечити читачеві максимальний комфорт для роботи з видавничим продуктом: актуалізацію не відомих йому імен і реалій, зручність пошуку необхідного структурного елемента, дозованість інформаційно насичених та „відпочинкових” зон у тексті та ін.

По-друге, будь-який видавничий продукт – опрацьований редактором авторський твір – виконує свого роду виховну функцію, “розвиваючи (або руйнуючи) логічну, емоційну, мовну культуру читача” [3, с. 6]. Дійсно, сприймаючи текст, читач (свідомо чи підсвідомо) фіксує й усі його недоліки. Результатом цього стає або зниження довіри читача до описуваного (якщо помічені ним порушення сприймаються саме як такі), або підсвідоме засвоєння ним відхилень як взірців, що їх варто дотримуватись у власній мовленнєвій практиці (згадаємо, скільки мовних штампів, алогічних конструкцій та фактичних помилок перейшло з газетних шпальт та журнальних сторінок у повсякденне мовне спілкування – саме через засвоєння їх як нормативних). У перерахунку на наклад видання та можливу кількість його читачів і перше, і друге обертається серйозними втратами.

По-третє, безпосереднє редакторське опрацювання тексту – що особливо актуально у період утвердження ринкових стосунків – забезпечує також певні

соціально-економічні ефекти: скорочуються витрати суспільно корисного часу як на його прочитання (завдяки вилученню надлишкової інформації), так і на з'ясування (внаслідок спрощення або, навпаки, поповнення) недостатньо розгорнутої інформації. Разом із тим, як свідчить практика, всебічне поліпшення авторського оригіналу найчастіше означає його скорочення, а отже, сприяє реальній економії паперу, матеріалів, фарби, праці видавничих та друкарських працівників тощо.

Нарешті, *по-четверте*, редакторське опрацювання тексту має – і це, напевно, найважливіше – соціальні наслідки. У сучасних умовах, коли значно зріс освітній, фаховий і культурний рівень людини – потенційного читача і слухача, коли через засоби масової та спеціальної інформації здійснюється величезний вплив на його свідомість, – у цих умовах видавець, відповідно до Закону України «Про видавничу справу» (1997), зобов'язаний «сприяти утвердженню загальнолюдських гуманістичних цінностей, розвитку науки, культури, задоволенню духовних потреб українського народу...» (ст. 20), що на пряму залежить від міри відповідальності видавця та професіоналізму редактора.

Зазначимо принагідно, що західні видавці (на ринковий досвід яких так люблять посилалися видавці українські) також уміють підраховувати не лише гроші, а й соціальні ефекти від своєї діяльності, при цьому аж ніяк не відмовляючись від редакторського опрацювання текстів – адже від нього вииграє 1) видавець (бо жодна поважна фірма не допустить, щоб у її книжках були помилки та неточності, відтак видавництво зберігає свою репутацію, використовуючи працю редакторів); 2) автор (він також зберігає репутацію, до того ж навчається під час редакційно-видавничого процесу, а отже, наступна його книжка буде кращою); 3) читачі (вони не дратуються через помилки, а навпаки, мають змогу – коли книжка дає такі підстави – захоплюватися і блискучими ідеями, і яскравим їх викладом); 4) редактор же винагороджується знанням того, що щось погане він зробив прийнятним, щось хороше – кращим, а часом щось дуже хороше – надзвичайним. І це знання приносить йому задоволення (див.: [10, р. 6–7]).

Висновки. Отже, не вилучати, не відмовлятися від хороших традицій і напрацьованих прийомів, а наповнювати їх новим змістом, оптимізувати з урахуванням нових, зокрема інструментальних, можливостей – такими уявляються теоретичні та практичні завдання галузі, мірилом ефективності якої має стати одержаний читачем якісний видавничий продукт.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зелінська Н. В. Видавнича справа в системі сучасних соціальних комунікацій / Н. В. Зелінська // Соціальні комунікації сучасного світу : мат. першої міжнарод. конф. – Запоріжжя, 2009. – С. 210–212.
2. Зелінська Н. Проблеми теорії редагування: між «сучасними» концепціями та «архаїчними» практиками / Надія Зелінська // Світові стандарти сучасної журналістики : збірник наук. праць. – Черкаси : Видав. Чабаненко Ю., 2010. – С. 309–313.
3. Феллер М. Д. Эффективность сообщения и литературный аспект редактирования / М. Д. Феллер. – Львов : Изд-во при Львов. ун-те, 1978. – 200 с.
4. Atkinson D. Scientific Discourse in Sociohistorical Context: The Philosophical Trans-

- actions of the Royal Society of London, 1675–1975 / Dwight Atkinson. – Mahwah, New Jersey; London : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1999. – 208 p.
5. Bailey H. S. The Art and Science of Book Publishing / Herbert S. Bailey. – Athens, Ohio : Ohio University Press, 1990. – 216 p.
6. Copy Editing Professional Editorial Standards. – Режим доступа: http://artefact.lib.ru/design/text_cp_copy_editing_professional_editor..
7. Baskette F. K., Sissors J. Z., Brook B. S. The Art of Editing / Floyd K. Baskette, Jack Z. Sissors, Brian S. Brook. – 6th ed. – Boston; London; Toronto; Sydney; Tokyo; Singapore : Allyn and Bacon, 1997. – 462 p.
8. Frazell D. L., Tuck G. Principles of Editing / Daryl L. Frazell, George Tuck. – New York : McGraw-Hill Companies, Inc., 1996. – xiv, 318 p.
9. Simonton D. K. Creativity in Science. Chance, Logic, Genius, and Zeitgeist / Dean Keith Simonton. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – xv, 216 p.
10. Stainton E. M. The Fine Art of Copyediting / Elsie Myers Stainton. – 2nd ed., revised and expanded. – New York : Columbia University Press, 2002. – xvi, 150 p.

УДК 007 : 304 : 001

ДОСТУП К ИНФОРМАЦИИ И ЦИФРОВОЕ НЕРАВЕНСТВО В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Валерий Иванов
(Киев, Украина)

Статья посвящена проблеме доступа к информации и цифровому неравенству при переходе к информационному обществу.

Ключевые слова: информационное общество, доступ к информации, цифровое неравенство.

Стаття присвячена проблемі доступу до інформації та цифровій нерівності при переході до інформаційного суспільства.

Ключові слова: інформаційне суспільство, доступ до інформації, цифрова нерівність.

The article is devoted to the problem of access to information and digital inequality in the transition to informational society.

Key words: informational society, access to information, digital inequality.

Постановка проблемы. При переходе к информационному обществу остро стоит проблема цифрового неравенства (digital divide). Разные страны, группы населения и даже отдельные люди подошли к началу информационной эры с различными материальными возможностями включиться в нее. Проблема преодоления цифрового неравенства стала предметом обсуждения как в правительственных, так и в научных кругах.

Анализ последних исследований и публикаций. Е.Л.Вартанова так выделяет уровни доступа к ИКТ: 1) физический доступ пользователей, рядовых