

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА
ІНСТИТУТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЛІТЕРАТУРНОЇ ТВОРЧОСТІ
ІМЕНІ А. МАЛИШКА
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Матеріали науково-звітної конференції викладачів кафедри журналістики
Інституту української філології та літературної творчості імені А. Малишка
НПУ ім. М.П. Драгоманова

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ДОПОВІДЕЙ

ВИПУСК II

Київ-2013

СКЛАД РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:

Висоцький Анатолій Васильович – кандидат філологічних наук, директор Інституту української філології НПУ ім. М.П. Драгоманова

Жадько Віктор Олексійович – доктор філософських наук, професор, академік Академії вищої освіти України, завідувач кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

Куляс Павло Петрович – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

Марків Олександра Тимофіївна – кандидат педагогічних наук, викладач кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

Харчук Олена Василівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

Харитоненко Олена Іванівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

Чепуренко Яна Олексіївна – кандидат історичних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

Шпак Віктор Іванович – кандидат історичних наук, професор кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Карпенко Віталій Опанасович – професор, завідувач кафедри журналістики Університету «Україна», доктор суспільно-економічних наук Українського Вільного Університету (Мюнхен)

Вартанов Григорій Іванович – доктор історичних наук, професор

Рекомендовано до друку

кафедрою журналістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова.

Протокол засідання кафедри № 5 від 01 лютого 2013

Затверджено

на засіданні Вченої Ради Інституту української філології та літературної творчості ім. А. Малишка НПУ імені М.П. Драгоманова. Протокол засідання № 8 від 24 квітня 2013

A18 Актуальні проблеми теорії соціальних комунікацій: Матеріали науково-звітної конференції викладачів кафедри журналістики Інституту української філології та літературної творчості ім. А. Малишка НПУ ім. М.П. Драгоманова : збірник наукових доповідей / Інститут української філології НПУ ім. М.П. Драгоманова. Випуск II. – К. : Ореол-сервіс, 2013. – 60 с.

У наукових доповідях викладачів кафедри журналістики НПУ ім. М.П. Драгоманова розкриваються актуальні проблеми видавничої справи, редагування, інформаційно-бібліотечної діяльності. Збірник призначений для викладачів, наукових працівників, аспірантів і студентів.

УДК378.096:070(477)(063)

ББК74.58л3я431

© Інститут української філології та літературної творчості імені А. Малишка, 2013

ПЕРЕДМОВА

Починається збірник розділом «Педагогічні аспекти теорії соціальних комунікацій». Першу статтю, «Освіта як основа формування історичної пам'яті народу», присвячено аналізу поняття «історична пам'ять» і висвітленню ролі історичної освіти в процесі навчання та виховання студентської молоді. В.О. Жадько, автор публікації, протягом багатьох років працює над цією темою і випустив у світ чимало видань (енциклопедію «Черкащина», романи-сповіді «Микола Аркас», «Кирило Осьмак: Заповідаю вам Україну», довідник «Байковий некрополь»), за допомогою яких намагається привернути увагу своїх співвітчизників і, зокрема, студентів до забутих сторінок історії українського народу. У статті С.В. Шевчук охарактеризовані сучасні педагогічні програмні засоби, описані вимоги щодо їхньої якості та переваги застосування в навчальному процесі.

Розділ «Наукове осмислення проблем інформаційної діяльності в Україні» містить публікації, предметом аналізу в яких є різні проблеми, пов'язані з формуванням інформаційного простору нашої держави. В.І. Шпак у статті «Місце видавничої продукції на етапі переходу до інформаційного суспільства» подає детальну статистику обсягу виробництва видавничої продукції за останні роки, аналізує причини зменшення кількості видань і їхніх накладів, пропонує дієві методи виходу галузі з затяжної кризи останніх десятиліть. Принципи й стилі представлення інформації в мережі Інтернет – предмет дослідження О.Т. Марків. У статті Є.О. Шаруненко охарактеризовані основні види, функції, читацьке призначення реферативних журналів.

«Підвищення ефективності писемної комунікації засобами редагування» – назва третього розділу збірника і напрямок досліджень

П.П. Куляса, О.В. Харчук, О.І. Харитоненко. У публікації «Типологія помилок: навіщо вона потрібна редакторів, педагогові?» проаналізовано стан вивчення в науці про редагування питань, пов'язаних із класифікацією помилок. Багато уваги приділено характеристиці значення наукової та навчальної дисципліни «Типологія помилок» для подальшого розвитку едиторики і підготовки висококваліфікованих спеціалістів-редакторів. Нещодавно П.П. Куляс, автор цієї статті, видав навчальний посібник «Типологія помилок у корекційних таблицях». Ця книга на сьогодні визнана фахівцями як одне з найбільш повних і системних досліджень у цьому напрямку.

О.В. Харчук проаналізувала проблеми, пов'язані з редагуванням перекладної художньої і навчальної літератури, в її статті подані приклади невдалого опрацювання таких текстів і рекомендації редакторам щодо співпраці з перекладачем. У статті О.І. Харитоненко «Особливості функціонування офіційно-ділового стилю в ЗМІ: на замітку редакторів» описані випадки недоречного використання елементів офіційно-ділового мовлення в публікаціях сучасних друкованих газетних видань. Автор обґрунтувала зауваження щодо виявлених помилок і запропонувала найбільш прийнятні шляхи виправлення типових авторських і редакторських огріхів.

Завідувач кафедри журналістики
проф. В.О. Жадько

ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 37.011.3

В.О. ЖАДЬКО
доктор філос. наук

ОСВІТА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ НАРОДУ

Статтю присвячено аналізу поняття «історична пам'ять», багато уваги приділено з'ясуванню ролі патріотичного виховання та історичної освіти в формуванні особистості молодого людини.

Ключові слова: історична пам'ять, структура національних вартостей, історична освіта, патріотичне виховання, формування громадянської позиції й національної свідомості особистості.

Початковим пунктом сучасної освіти варто обрати історичну пам'ять, оскільки вона дає можливість сформувати ланцюг пов'язаних один із одним процесів формування світогляду студентської молоді. Значення культурно-історичної спадщини для трансляції історичного досвіду підкреслювалося в дослідженнях історичної свідомості В. Андрущенко, Ю. Афанасьєва, В. Вашкевича, Г. Горак, Л. Губернського, А. Гулиги, В. Єльчанінова, Д. Кравченка, Ю. Левади, Т. Мандебури, М. Михальченка, І. Надольного, Ю. Опалька та ін. Оpubліковано відносно небагато праць, таких авторів як В. Акуленко, В. Борейко, В. Горбик, Т. Катаргіна, Т. Курило, П. Толочко, Т. Тронько, Ю. Шемшученко, об'єктом дослідження яких є безпосередньо культурно-історична спадщина, її правові, політичні, соціокультурні аспекти та роль у формуванні історичної пам'яті студентської молоді.

Незважаючи на таку кількість досліджень, досі немає єдиної точки зору стосовно визначення сутності самого поняття «історична пам'ять». Чим це обумовлено? Філософія історії, освіта як основа формування історичної пам'яті не проста, а динамічна наука, її численні загадки і парадокси прямо пов'язані з унікальним статусом людини в контексті її свободи волі. І в той самий час – із зовсім не елементарними законами розвитку і трансформації складних систем, якими є суспільство та його інститути.

Суспільна історія – результуючий простір напруги людських сил і таланту, подолання панування зовнішньої і внутрішньої природи над особистістю в пошуках ідеалу свободи, який сьогодні різними засобами масової інформації тлумачиться по-різному. Історична пам'ять, свобода, демократія, цивілізація ніколи не поставали окремо від індивіда. Як тільки особистість перетворювалася на абстракцію, відривалася від подій минулого, не знала його

та ігнорувала, відразу наступав той розрив, який призводив до жорстких форм злиденності мислення, «пересічності», знедоленості, агресивності у повсякденному житті, і найголовніше – байдужості молоді людини до України, долі народу.

Отже, сьогодні можна говорити про два розуміння взаємозалежності освіти та історичної пам'яті: широке й вузьке. Зокрема, можна включити до історичної пам'яті історичні зрізи практично всіх виявів суспільної свідомості молоді особистості. Однак, більш поширеним, на мою думку, є розуміння студентами історичної пам'яті як суто спеціалізованої частини української культури, що включає не лише власне історичні знання, а й культурне надбання всього народу упродовж віків. Отже, історична пам'ять – своєрідний духовний потенціал народу і, зокрема, й студентів.

Цілком зрозуміло, що до пам'яті потрапляє далеко не все історичне знання, а лише найбільш вартісне, продуктивне, придатне до подальшого «вжитку». У цьому сенсі історичну пам'ять можна розглядати як своєрідне психологічне оснащення спільноти чи окремої особи, як матрицю-сито, що слугує для просіювання потоку історичних подій, явищ, фактів. Розглядаючи історичну освіту як основу формування історичної пам'яті, зазвичай слід звернути увагу на декілька рівнів історичної пам'яті: загальноетнічний (національний), локальний (окремі етнічні групи) та особистісний (у нашому випадку – студентство). Відповідно виділимо колективну, групову та індивідуальну форми історичної пам'яті. При розгляді цього феномена як соціологічної категорії і виявляється низка ознак (критеріїв): постійний розвиток, вибірковість, наступність, персоніфікований характер, можливість набуття парадоксальних виявів у повсякденній діяльності студентства під час навчально-виховної діяльності.

Як доводять реалії суспільного буття, історична пам'ять (зрештою, як і будь-яка інша) має ще й таку особливість, як обмеження в часі. Пам'ять не може бути всуціль наскрізною, такою, що забезпечує глобальний континуїтет. Вона розпадається на певні, достатньо протяжні пласти. Кожен із таких пластів обмежений у часі, має певні, хоча і не досить чіткі хронологічні рамки. Це своєрідний «обрій пам'яті» – поняття, надзвичайно важливе для з'ясування природи та механізму формування історичної й національної свідомості модерних спільнот. Ця характеристика дозволяє виявляти своєрідну протяжність чи, точніше, глибину усвідомлення студентами власного соціального історичного досвіду. У цьому підході присутня можливість узагальнити поодинокі явища, збалансувати піддослідне поле, аналізувати та інтерпретувати конкретні факти, які свідчать про рівень усвідомлення молоді людиною важливості формування історичної пам'яті.

У реальному функціонуванні свідомості студентів спостерігається явище перекривання одного пласту історичної пам'яті іншим, більш компліментарним для молоді. Таким чином, обрій історичної пам'яті являє собою рухливу межу усвідомленого народом, й, зрозуміло – молоддю, історичного досвіду держави. Відповідно до обставин він, досвід, може розширюватися або звужуватися,

набувати чіткості або втрачати свої обриси, достоту як це буває зі звичайним обрієм у сприйнятті студентом подій минулого.

«Кожен народ має свою самобутність, яка відображається в особливостях його мови, звичаїв, культури, історії. Кожен народ має свої національні святині й своїх національних героїв. Нарешті, в історії кожного народу є звершення й героїчні сторінки, які становлять підґрунтя національної гордості. Це є свідченням того, що представники кожного народу або кожної нації мають чим пишатися» [1, 405].

Сучасні студенти – допитливі, небайдужі молоді люди, які повсякчас цікавляться життям свого та інших народів, їхньою історією. Нагальне питання нині – осмислення молоддю історичного шляху держави, пройденого з найдавніших часів до сьогодні. Таке осмислення можливе через звернення до історичного досвіду, вивчення архівних документів, читання книжок. За таких умов формування історичної пам'яті сприяє усвідомленню своєрідності нашого народу, культурно-побутових відмінностей українців і подальшій консолідації нації.

Ще давні греки стверджували, що навіть всемогутні боги не можуть стерти, знищити подію, яка вже сталася. Завдання викладачів вищих навчальних закладів полягає в тому, щоб донести пам'ять про значущі історичні події до свідомості студентства. Система освіти і виховання має враховувати рівень та важливість пізнання студентською молоддю історії України, свого краю, родоvodu, досягнень народу. Завдяки цьому розширюються світоглядні межі, виховуються в студентів глибокі патріотичні почуття, національна гордість. Ознайомлення з культурно-історичною спадщиною свого та інших народів світу формує в них уявлення про етнічну специфіку та самоцінність традиційної культури народу, а також гуманітарну спільність народів світу.

Скажімо, на основі детального ознайомлення з творами Платона, Арістотеля, Коменського, Руссо, Песталоцці, через вивчення системи освіти й виховання у княжій державі формується сьогодні виховний ідеал, що свідомо чи опосередковано базується на двох основних принципах: християнської моралі та української духовності. Відтворивши у процесі навчання, освітянських заходів минуле з його культурними скарбами і зачерпнувши із скарбниць інших народів те, що найкраще і що відповідає нашій духовності, матимемо тверді основи для створення нашого власного виховного ідеалу.

Принцип неподільності, неперервності освіти і виховання полягає в органічному поєднанні процесу набуття історичних знань студентами із духовним збагаченням особистості. Зміст освіти й виховання мають забезпечувати формування громадянської і національно свідомої особистості.

Освіта, на моє переконання, через різноманітні навчально-виховні заходи повинна повернути студентській молоді історичну пам'ять українського народу, наблизити минуле і досягнути його реальність. Микола Бердяєв, усвідомивши всю велич історії, по-філософськи стверджував: «Минулого вже немає, і воно для нас не існує інакше, ніж у нашій пам'яті, майбутнього ще

немає, і невідомо, чи буде воно. Деяким чином можна навіть сказати, що минуле більш реальне, ніж майбутнє, і люди, котрі відійшли від нас, більш реальні, ніж люди ще не народжені. Передбачають, що буде майбутнє, і в майбутньому житимуть покоління людські, для яких ми повинні уготовляти вище життя. Це і має нам дати сенс життя, радість життя і бадьорість життя» [2, 152].

Історія потрібна всім, та найбільше, на моє переконання, студентству, особливо сьогодні. Різні часи дають нам зразок різного ставлення до історії у давні часи. Здебільшого на історію тоді дивилися як на цікаве, повчальне оповідання. Так само мислили й стародавні греки, і автори руських літописних творів. Підтвердження тому знаходимо в «Слові о полку Ігоревім»: «Початися ж цій пісні по билицях часу нашого, а не за вимислом Бояна» [6, 4]. Про важливість історичної освіти знаходимо безліч суджень у науковій, художній літературі, публіцистиці: «Історія – мати народу. В історії, як і у матері, потрібно всьому вчитись. Історія, як і мати, на іншу не міняється. Яка б вона не була, але вона наша, рідна, нас породила і нас вигодувала» [4, 368].

Історична пам'ять та історична правда завжди поруч. Істина і правильно організована вища освіта допомагають відновити сторінки історії. У сучасній українській пресі цій проблемі відводиться вагоме місце. Становлення історичної освіти пов'язане з активним формуванням національної держави і національної свідомості, зокрема, студентів. Це, безперечно, підвищує роль вищих навчальних закладів як центрів формування історичної пам'яті.

Мета вищої освіти на сучасному етапі – допомогти молодій людині стати особистістю, знайти своє місце в житті, усвідомити значення своєї країни в світі, долучитися до культури, особливо, національної. Для нас усіх як ніколи важливе розуміння того, що український народ, позбавлений історичної свідомості, не зможе планомірно будувати своє життя. Історична наука разом із фольклористикою та етнографією наповнює змістом поняття «національний дух» і визначає структуру національних вартостей. Звідси важливість історичної освіти на нинішньому етапі державотворення.

Таким чином, освіта необхідна молодій людині і для входження в навколишній світ, і для визначення свого місця в ньому, глибокого розуміння минулого, усвідомлення значущості вивчення своєї історії задля того, щоб не повторювати вже зроблених колись помилок. Повернення молоді історичної пам'яті робить кожного причетним до минулих подій, підвищує відповідальність за майбутнє, посилює почуття патріотизму.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арцишевський Р. Світ і людина : підручник для 8-9 класів / Р. Арцишевський. – К. : Перун, 1997. – 445 с.
2. Бердяев Н. Смысл истории / Н. Бердяев. – М. : Мысль, 1990. – С. 152.
3. Жмир В. На шляху до себе. Історія становлення української національної свідомості / В. Жмир // Філософська і соціологічна думка. – 1991. – № 4. – С. 150.

4. Самсонов А.М. Знать и помнить: Диалог читателя с историком / А.М. Самсонов. – М. : Политиздат, 1989. – С. 368.
5. Січинський В. Чужинці про Україну: Вибір з описів подорожей по Україні та інших писань чужинців про Україну за десять століть / В. Січинський. – К. : Довіра, 1992. – 255 с.
6. Слово о полку Ігоревім. – К. : Радянська школа, 1989. – 310 с.

Zhadko V. Education as a basis of historical memory of people

The article discusses the concept of "historical memory", much attention is paid to the elucidation of the role of patriotic education and history education in shaping the personality of the young man.

Keywords: *historical memory, the structure of national values, historical education, patriotic education, the formation of civic consciousness and national identity.*

УДК 371.315.7:004.4

С.В. ШЕВЧУК

КРИТЕРІЇ ЯКОСТІ ТА ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ПЕДАГОГІЧНИХ ПРОГРАМНИХ ЗАСОБІВ

Розглянуто критерії якості та загальні вимоги щодо відповідності педагогічних програмних засобів (ППЗ) потребам сучасних навчальних закладів. Багато уваги приділено загальнонауковим, методологічним, методичним та технологічним проблемам, пов'язаним із організацією процесів створення, супроводу і ефективного використання програмних засобів навчального призначення. Підкреслено значення ППЗ для інформатизації освітнього процесу.

Ключові слова: педагогічний програмний засіб, інтерактивні моделі, конструктор уроку, електронний підручник.

З розвитком інформаційного суспільства актуалізуються проблеми самоосвіти, безперервного підвищення кваліфікації, уміння вчитися самостійно протягом практично всього періоду трудової діяльності, що вимагає створення педагогічних умов у вигляді автоматизованих інформаційно-професійних освітніх середовищ, одним із важливих компонентів яких є педагогічні програмні засоби (ППЗ).

ППЗ – програмний засіб, в якому відбивається деяка предметна область, де в тій або іншій мірі реалізується технологія її вивчення і забезпечуються умови для здійснення різних видів навчальної діяльності. Як дидактичний засіб, ППЗ пов'язаний з конкретною метою в навчанні, а саме: формування знань, умінь і навичок, контроль за якістю їх засвоєння тощо. Інакше кажучи, ППЗ – це важливий компонент процесу навчання [9].

Зазвичай ППЗ використовуються як окремі програми, що забезпечують частину уроку або увесь урок, декілька уроків; як пакети програм, що забезпечують тему навчального предмета, розділ чи курс комп'ютерною

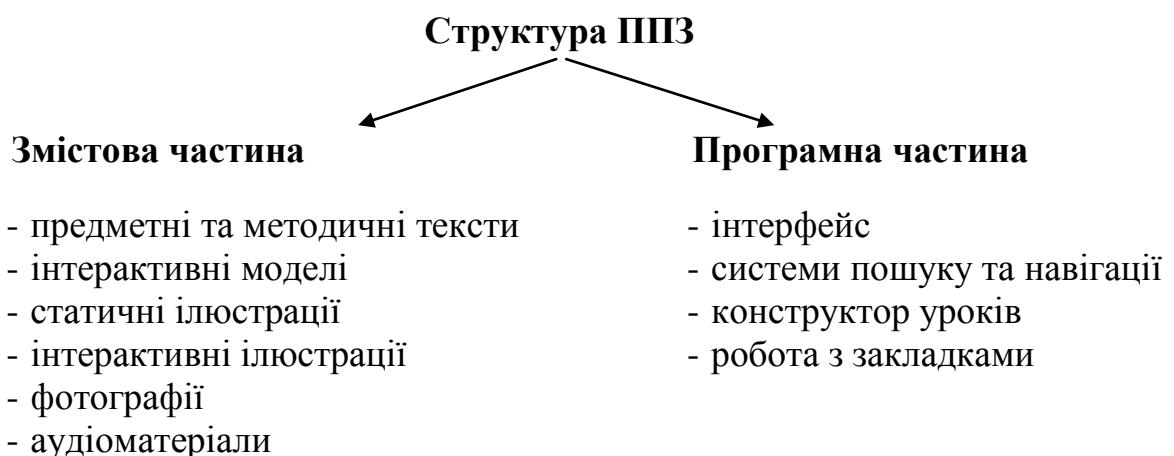
підтримкою; як практикуми, що забезпечують певну програму практичного зайняття навчального курсу; як компонент «комп'ютерного курсу».

Сучасний педагогічний програмний засіб – це, власне, веб-додаток, що містить певний набір програмних модулів для повноцінної організації навчального процесу та надає всім учасникам навчального процесу можливість брати участь у створенні та модифікації навчального контенту.

За цільовим призначенням серед ППЗ виокремлюють: *проблемно-орієнтовані ПЗ* (для вирішення певної навчальної проблеми, що вимагає її вивчення і / або вирішення); *об'єктно-орієнтовані ПЗ* (для здійснення деякої діяльності з об'єктним середовищем, наприклад, із системою підготовки текстів, базою даних тощо); *предметно-орієнтовані ПЗ* (для здійснення діяльності в деякому предметному середовищі, в ідеалі – зі вбудованими елементами технології навчання).

Педагогічні програмні засоби мають містити ретельно структурований навчальний матеріал у вигляді послідовності інтерактивних кадрів, що містять не тільки текст, але й мультимедійні додатки. Гіпертекстова структура дозволяє визначити не тільки оптимальну траєкторію вивчення матеріалу, але й зручний темп роботи, спосіб викладу матеріалу, що відповідає психофізіологічним особливостям його сприйняття. Наявність довідкової системи є обов'язковим для будь-якого ППЗ, що дозволяє користувачу в будь-який час оперативного отримати необхідну довідкову інформацію в компактній формі. Комп'ютерні моделі, конструктори й тренажери дозволяють закріпити знання та сформувані навички їхнього практичного застосування в ситуаціях, що моделюють реальні.

Конструктор уроку забезпечує створення окремих екранів (кроків), створення нових уроків, доповнення до створеного уроку та видалення з уроку окремих екранів (кроків), імпорт, експорт створеного уроку або певного медіа-об'єкта в обрану користувачем папку, інтегроване застосування всіх засобів конструктора для створення окремих тем уроків різних типів, екранів (кроків) і навчального курсу в цілому.



Педагогічні програмні засоби мають різну архітектуру. При цьому особливої актуальності набувають загальнонаукові, методологічні, методичні та

технологічні проблеми, пов'язані з організацією процесів створення, супроводу і ефективного використання програмних засобів навчального призначення. З огляду на це критерії якості та загальні вимоги до ППЗ як до програмного продукту педагогічного призначення можна поділити на чотири групи.

1. Ефективність комп'ютерної підтримки:

- заощадження часу учня (за рахунок калькулятора, графіки тощо);
- кількість інформації для індуктивних висновків (за рахунок великої кількості розглянутих завдань, генератора прикладів тощо);
- глибина трактування питань програми;
- надання можливостей для створення нових методик викладання і модернізації змісту навчальних курсів;
- можливість виходу в суміжні галузі знань.

2. Методичні властивості:

- відсутність граматичних і семантичних помилок;
- простота освоєння програми і простота роботи з нею;
- адекватність мови і позначень, використовуваних у програмі;
- відповідність вимогам щодо якості інтерфейсу;
- відкритість, можливість розширення кола вирішуваних завдань;
- дія на методику викладання, можливість підвищити викладацьку майстерність.

3. Якість екранного дизайну:

- лаконічність, аскетизм, академічний стиль;
- обґрунтованість колірних рішень (з урахуванням порад медиків, психологів);
- оптимальність кількості інформації на екрані.

4. Економічна обґрунтованість:

- коло передбачуваних користувачів (потужність ринку);
- конкурентоздатність;
- відкритість для модифікацій, доповнень та оновлень.

Лише за умов дотримання цих вимог ППЗ, порівняно з паперовими носіями інформації або навіть з електронними книгами, матимуть реальні переваги. Назвемо основні з них:

1. Найбільша перевага цього освітнього продукту полягає в тому, що це не звичайний електронний підручник на електронному носії, а цілісна програма, яка поєднує теоретичні та практичні питання, віртуальні лабораторні роботи та практикуми, має електронний журнал успішності, конструктор уроків, комп'ютерні анімації фізико-хімічних процесів, інтерактивні та тестові завдання і багато інших можливостей.
2. ППЗ містять велику кількість і забезпечують високу якість ілюстративних матеріалів (рисуноків, графіків, карт, схем, фотографій, аудіо та відеоматеріалів, інтерактивних моделей, тренажерів, 2D-, 3D-анімацій та ін.), що сприяє високому рівню ефективності навчання.

3. ППЗ дозволяють об'єктивно та достовірно визначати рівні навчальних досягнень учнів за допомогою різноманітних багаторівневих тестів, завдань, тренажерів.
4. Ефективність роботи викладача підвищується, збільшується складова творчої роботи. Викладач може доповнювати, модифікувати, корегувати підручник з урахуванням вікових, психологічних, соціальних і регіональних умов.
5. ППЗ надає можливість організувати віртуальну лабораторну роботу, яку з тих чи інших причин неможливо провести в реальних умовах.
6. ППЗ створює індивідуальний темп навчання – і це не тільки «індивідуалізація» за часом, оскільки навчання за класно-урочною системою підпорядковано жорстким часовим рамкам, але і варіантність розгорнення навчального матеріалу, врахування типу пам'яті, темпераменту і мислення учня.
7. З розвитком науки й техніки навчальна інформація може змінюватись швидкими темпами, тому використання саме інтернет-орієнтованих електронних підручників дає ще одну перевагу: їх легко оновлювати без додаткових істотних витрат.

ППЗ, сучасний електронний мультимедійний підручник, – це цілісна дидактична система, що заснована на використанні комп'ютерних технологій та засобів Інтернету і ставить за мету забезпечити навчання за індивідуальними і оптимальними навчальними програмами з керуванням процесу навчання. Саме тому ППЗ є технологічною основою розробки педагогічних умов інформатизації освітнього процесу, сприяючи усуненню низки методичних та організаційних труднощів на будь-якому етапі і рівні здобуття освіти та підвищення кваліфікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вембер В.П. Інформатизація освіти та проблеми впровадження педагогічних програмних засобів у навчальний процес [Електронний ресурс] / В.П. Вембер. – Режим доступу : www.nbu.gov.ua/e-journals/ITZN/em3/content/07vvppt.htm.
2. Велиева А.Ш. Електронний підручник: можливості та перспективи [Електронний ресурс] / А.Ш. Велиева, Е.Р. Сулейманов. – Режим доступу : www.confcontact.com/2009ip/velieva.htm.
3. Жук Ю.О. Педагогічні програмні засоби як ринковий продукт [Електронний ресурс] / Ю.О. Жук, О.М. Соколюк – Режим доступу : www.nbu.gov.ua/e-journals/ITZN/content/o4zyasmp.html.
4. Иванова С.Б. Электронные учебники и средства их реализации / С.Б. Иванова, М.А. Курилов // Искусственный интеллект. – 2009. – № 4. – С. 344-348.
5. Кравчук А.А. Дидактичні можливості програмного засобу [Електронний ресурс] / А.А. Кравчук. – Режим доступу : http://udpu.org.ua/files/kafedry/fizmat+/statti/Kravchuk%20A_DIDAKTICHNI%20MOJLIVOSTI%20PROGRAMNOGO%20ZASOBU.doc
6. Круглик В.С. Концепція сучасного педагогічного програмного засобу [Електронний ресурс] / В.С. Круглик. – Режим доступу : www.nbu.gov.ua/ejournals/ITZN/em3/content/07kvsspm.htm.

7. Наказ № 369 від 15.05.06 Про затвердження тимчасових вимог до педагогічних програмних засобів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://linux.osdn.org.ua/pub/docs/legal/MON_369.doc.
8. Нуриахметова М.И. О проблеме выбора инструментальных систем при разработке компьютерных средств обучения [Електронний ресурс] / М.И. Нуриахметова, Г.Д. Гиляева, Э.З. Хузяязнова. – Режим доступу : www.1c.ru/rus/partners/training/edu/theses/?y=2009&s=28&t=525.
9. Пешкова В.Е. Педагогическая информатика [Електронний ресурс] / В.Е. Пешкова. – Режим доступу : www.adynet.ru/node/1686
10. Притуляк К.А. Аналіз тенденцій розвитку сучасних педагогічних програмних засобів навчання в умовах інформатизації навчально-виховних процесів [Електронний ресурс] / К.А. Притуляк. – Режим доступу: http://ostriv.in.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=649&Itemid=1067&ft=0.
11. Соловов А.В. Авторские инструментальные средства системы КАДИС [Електронний ресурс] / А.В. Соловов, А.А. Меньшикова. – Режим доступу : <http://cnit.ssau.ru/do/articles/avtor/avtor.htm>.

Shevchuk S. Criteria for quality and general requirements educational software

The criteria of quality and compliance with the general requirements of educational software (LAP) needs of modern education. Much attention is paid to the scientific, methodological, methodological and technological problems associated with the organization processes of creation, maintenance and effective use of educational software. The importance LAP for informatization of the educational process.

Keywords: *pedagogical software tool, interactive model builder lesson, electronic textbook.*

НАУКОВЕ ОСМИСЛЕННЯ ПРОБЛЕМ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

УДК 655.41

В.І. ШПАК
доктор філос. наук

МІСЦЕ ВИДАВНИЧОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЕТАПІ ПЕРЕХОДУ ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Ця стаття присвячена аналізу сучасних проблем книговидання та друкованих засобів масової інформації в контексті формування національного інформаційного простору.

Ключові слова: книга, засоби масової інформації, держава, національні інтереси.

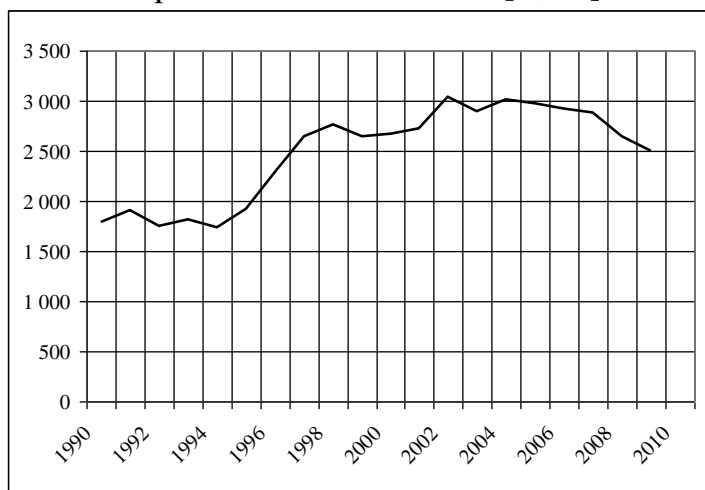
Інформаційний простір України почав інтенсивно розбудовуватися після проголошення незалежності 1991 р. Серед його основних складових – телебачення, радіо, інформаційних агенцій, Інтернету – гідне місце посідають друковані засоби масової інформації, книговидання, загалом, видавнича справа,

Особливо активно розвивалися і розвиваються друковані ЗМІ. За даними Книжкової палати України, якщо у 1991 р. видавалося 1 909 назв газет, то у 2002 р. – вже 3 045. Практично на 1 млрд. прим. зріс сукупний наклад. На 1 000 осіб припадало 1 803 газети (529 у 1991 р.). Це був своєрідний пік, оскільки надалі і кількість назв і наклад, коливаючись, стали зменшуватися. Для прикладу розглянемо останні роки. У 2009 р. вийшло 2 499 назв газет річним сукупним накладом 3 444 551 тис. прим., що становить 94,4 % кількості назв та 86,6 % накладу від попереднього року. Загальний річний наклад опустився нижче ніж у 1991 р., коли він складав 3 799 971,0 тис. прим. Тираж на 1 000 осіб становив 1 204,6 прим. [7, с. 10]

Аналізуючи стан справ щодо кількості газет, що видавалися протягом досліджуваного періоду, можна виокремити певні тенденції розвитку, розділити їх на окремі періоди.

Після ейфорії 1990–1991 рр. кількість видань була достатньо стабільною і до 1996 р. коливалася в межах початкового періоду. Наступний період 1996–2002 рр. можна назвати часом сталого зростання, коли, відповідаючи на потреби суспільства, щорічно створювалося понад 100 газет. У 2002 р. відбулося кількісне насичення ринку і зростання зупинилося. А після 2006 р. розпочався зворотній процес – прогресуюче зменшення кількості газет, викликане не так зменшенням цікавості з боку суспільства, як економічними проблемами.

Зазначені тенденції представлені на мал. 1 [7, 10].



Мал. 1. Динаміка випуску газет в Україні за назвами у 1991-2010 рр.

У структурі видань переважають місцеві газети. У 2009 р. виходило 1 318 назв, річним тиражем 819 535,5 тис. прим., що становить 51,6 % загальної кількості назв і 23,8 % загального тиражу. Але і тут простежується загальна тенденція зменшення усіх показників. Порівняно з 2008 р., на 29 (2,2 %) зменшилась кількість назв, а тиражі знизились на 101 342,9 тис. прим. (11,0 %). Не набагато краща ситуація в регіональних газет. Їх у 2009 надруковано 474 назв, річним тиражем 533 871,9 тис. прим., тобто 19,0 % загальної кількості назв і 15,5 % загального тиражу. Порівняно з 2008 р. кількість видань зменшилась на 36 друк. од. (7,1 %), тиражі — на 12 056,9 тис. прим. (2,2 %). Непроста ситуація в районних газетах, які у 2009 р. склали 15,9 % загальної кількості назв (398 друк. од.) і виходили накладом лише 83 260,0 тис. прим. (2,4 % загального тиражу). Намагаючись боротися за своє виживання, вони знову суттєво зменшили наклад. Тільки за рік тиражі знизилися на 36 957,5 тис. прим. (30,8 %).

Відбулося падіння і в сегменті загальнодержавних видань. У 2009 р. їх видавалося 333 назви, що на 31 менше, ніж у 2008 р., а річний наклад знизився на 15,4 % (314 445,7 тис. прим.) і склав 1 728 521,7 тис. прим.

Більшість газет виходить із періодичністю один раз на тиждень — 1 266 друк. од. (50,7 % загальної кількості), річний тираж становить 1 176 510,1 тис. прим. (34,2 % до загального тиражу). Порівняно з 2008 р., кількість видань зменшилась на 55 друк. од. (4,2 %), тиражі знизились на 373 863,7 тис. прим. (24,1 %). У той самий час зростає кількість видань, що виходять лише один раз на місяць. У 2009 р. видавалося 507 таких газет (20,3 % загальної кількості назв), річним тиражем 77 714,8 тис. прим. (2,3 % загального тиражу). І їх кількість, порівняно з 2008 р., збільшилась на 18 друк. од. (3,7 %), річний тираж зріс на 12 184,6 тис. прим. (18,6 %). Це свідчить про реальне загальне зменшення періодичності видань. Саме в цю категорію переходять тижневики,

зменшуючи періодичність видань практично в 4 рази. Лише 66 газет виходять протягом тижня понад 4 рази, що на 31,3 % менше, ніж 2008 р. [7, 11].

Всі наведені дані достатні для аналізу тенденцій, але є приблизними, оскільки в Україні немає національної тиражної служби.

Вільні та незалежні засоби масової інформації, що обслуговують громадські потреби та оприлюднюють громадську думку, – один із найважливіших інститутів громадянського суспільства, ознака демократичної держави, яку нині прагне розбудувати Україна. Отже, в сучасному світі ЗМІ є суттєвим фактором створення та розвитку культури демократії. Адже саме мас-медіа забезпечують людей інформацією, яка впливає на процес формування думок і позицій, а також на здійснення політичного вибору (пункт 1 Рекомендації 1407 Парламентської Асамблеї Ради Європи «ЗМІ та культура демократії» [1, 114]).

Для ефективного виконання цього складного соціального завдання ЗМІ мають бути вільними, незалежними, але, водночас, надавати достовірні відомості в нейтральному тлумаченні, бути не заплямовані суб'єктивними оцінками та упередженими коментарями. Однак ситуація в медіа-просторі України ще не відповідає демократичним стандартам. Причин тут чимало.

На другу половину 2010 р. можна констатувати, що періодичні друковані засоби масової інформації перебувають у складній ситуації. Загальна криза лише посилила негативні явища в газетній сфері. Рік-у-рік знижується інтерес до газет. Сюди ж додаються проблеми з дистрибуцією, низькою платоспроможністю населення та широким наступом інтернет-технологій.

Тривожним є той факт, що з понад 16 тис. зареєстрованих в Україні друкованих видань газетного типу насправді видається лише 16 % [8]. Це означає, що чимало видань не змогли вижити й існують номінально.

Песимісти пророкують таку саму долю решті газет через наявність на ринку електронних ЗМІ й поширення інтернет-видань. Автор належить до іншої категорії аналітиків, які поділяють висновки президента Всесвітньої газетної асоціації Т. О'Рейлі, зроблені у щорічній доповіді «Тенденції світової преси»: «Хоча в деяких регіонах тиражі справді не можна назвати динамічними, газети залишаються глобальним мас-медіа, з яким потрібно рахуватися, охоплюючи в середньому третину населення світу... Попри фінансову кризу, глобальний наклад газет зріс у 2008 р. на 1,3 %. Кожного дня щоденні газети читають 1,9 млрд осіб, вони охоплюють на 41 % більше дорослих, ніж Інтернет... На багатьох зрілих ринках, де спостерігається спад накладів, зокрема в країнах Європи, тільки платні газети охоплюють понад 70 % дорослого населення, стрімко зростає кількість щоденних безплатних видань – у 2008 р. 23 % щоденних газет були безплатними» [11].

Зрозуміло, що газетам ніколи не виграти в електронних конкурентів змагання в оперативності інформації. На думку експертів, вихід вбачається в поданні у друкованих виданнях більш глибокого аналізу новин або подій, різноманітних думок, оцінок, широкого висвітлення місцевого матеріалу, у залученні молоді читачької аудиторії, створенні привабливого продукту. Як

ніколи раніше критичною стає здатність видань відповідати на запити свого читача. Газети читатимуть, якщо вони продукуватимуть контент, який більше отримати ніде. Слід зробити ставку на переваги газети порівняно з іншими ЗМІ – її наближеність до аудиторії та аналітичність.

Інтернет слід перетворити з конкурента на союзника. Уже нині провідні видання намагаються надолужити втрачене за рахунок онлайн-бізнесу. Сайт газети має чимало переваг порівняно з друкованою версією, зокрема високий ступінь інтерактивності, більші мультимедійні можливості і, найголовніше, доступність з будь-якої точки планети. Крім того, це додаткове джерело прибутку, і не тільки від реклами, але й від передплати, та можливість багато разів заробляти на одному й тому ж контенті. Газета ж надає інтернет-сайту капітал довіри читача.

Усі ці заходи, можливо, і не принесуть газетам додаткових прибутків, але допоможуть запобігти відтоку доходів і аудиторії.

Слід зауважити, що останнім часом дедалі більше зміщуються акценти рекламодавців, від яких багато в чому залежить благополуччя видань. Нині ж у світовій практиці бюджет друкованих ЗМІ складається на третину з коштів, одержаних за розповсюдження, а на дві третини – за рекламу. Рекламодавці чітко орієнтуються на свою цільову аудиторію і вже не хочуть платити за те, щоб рекламу бачили люди, які навряд чи стануть їхніми споживачами. Отже, випробувана протягом багатьох років бізнес-модель «велика аудиторія – багато реклами» дає збої.

За експертними оцінками, найкращі перспективи мають видання, що відповідають таким вимогам: оперативність, ефективність, доступність за ціною, ексклюзивність, чітка адресація. Пастимуть задніх дорогі, іміджеві, стандартні рекламні пропозиції.

Найпростіший спосіб подолання кризових явищ – це концентрація зусиль. Світова практика – об'єднання або поглинання видань більш конкурентоспроможними. Криза виступає тут певним каталізатором. Зрозуміло, що медіа-холдингам вижити простіше, ніж «районкам», чи навіть колись потужним обласним виданням.

На часі створення обласних медіа-центрів з розгалуженою районною структурою, власною поліграфією та мережею розповсюдження. Але, безумовно, першим кроком має стати роздержавлення преси. І тут знову своє слово повинна сказати держава на підставі чітко окреслених пріоритетів.

Причини негараздів у галузі полягають не тільки в непродуманому менеджменті або недостатньому професіоналізмі співробітників. Здебільшого проблеми криються в тих фінансово-економічних умовах, у яких видавцям доводиться працювати.

Стаття 2 Закону України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» визначила норми державної підтримки ЗМІ, що діють відповідно до Конституції України. Але ця підтримка стосується аж ніяк не всіх друкованих видань – держава підтримує тільки ті, в

яких засновником є вона сама, або комунальні органи влади. Нині зареєстровано 262 державних видання та 885 комунальних [13, 41].

Іншим виданням з економічними негараздами доводиться боротися самотужки. Звичайно, це не відповідає положенням Конституції України, яка проголошує всі суб'єкти права рівними перед законом (стаття 13).

Державна підтримка засобів масової інформації передусім має здійснюватися в сфері економіки, стосуватися всіх суб'єктів інформаційного простору та полягати в сприянні створенню гідної XXI ст. поліграфічної бази, розв'язанні проблеми газетного паперу, забезпеченні помірних тарифів на доставку ЗМІ тощо. Нині ж собівартість вітчизняної друкованої продукції у п'ять разів вища, ніж у Росії, та в 10 разів – порівняно з Польщею і США. На часі і стимулювання споживача видавничої продукції – від бібліотек до пересічних громадян.

Нам теж потрібно перебудовуватися, швидше забувати «ситі» часи і звикати до сучасних реалій. Тепер лідирує той, хто зміг пристосуватися до ринкових умов, своєчасно подбав про власну матеріально-технічну базу, дивився в майбутнє. Вживають ті видання, які потрібні споживачам і враховують їхні інтереси, пишуть про те, що їх найбільше хвилює, подають найактуальнішу інформацію, потрібну в той чи той період часу. Організаторам цієї справи треба мати неабиякий професійний хист, талант, свободу говорити й писати, відстоювати свою позицію, уміння працювати в складних умовах.

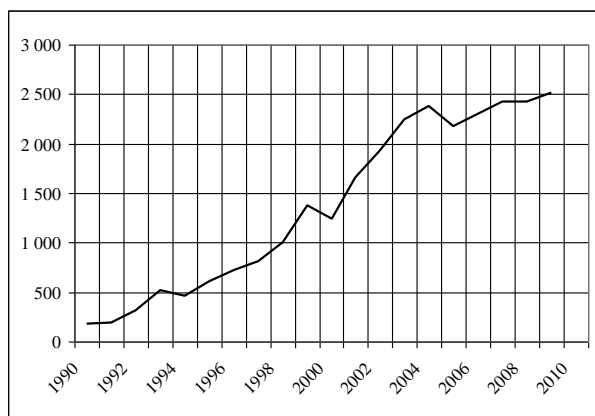
Поширеним стає розвиток суміжних напрямів діяльності, зокрема видавничої та комерційної. Вона полягає у випуску додатків до газети чи журналу, що дає можливість збільшити аудиторію свого видання, додаткову площу для реклами, або в організації випуску книжок. Комерційна діяльність багатьох редакцій у різних галузях бізнесу також сприяє зміцненню фінансової бази. Головне, щоб ці допоміжні засоби не заважали реалізації основного завдання – підготовці й випуску періодичних видань. Видання ж, які живуть старими вимірами, сподіваючись на когось, а не на себе, втрачають авторитет у читача, що призводить до зменшення й без того невеликих прибутків.

На відміну від газетного, достатньо проблемного сегменту ЗМІ, стабільніша ситуація із журнальною продукцією. Почавши в 1991 р. фактично з мізерної позначки в 194 видання, кількість журналів в Україні стабільно зростала, досягши межі 2 500 назв, і, починаючи з 2004 р., є практично сталою. Динаміку випуску журналів та інших періодичних видань проілюстровано на мал. 2 [16, 20].

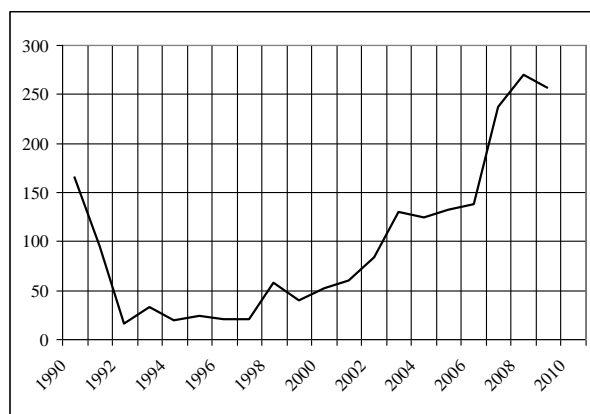
Позитивною тенденцією цього сегменту є і постійне зростання накладів видань, сумарний тираж яких 2009 р. наблизився до 300 млн прим. (мал. 3) [16, 20].

Важливе місце в структурі національного інформаційного простору, інформаційного ринку посідає книговидавництво, сфера людської діяльності, продукт якої значною мірою визначає духовний, моральний та інтелектуальний стан суспільства на кожному конкретному етапі його розвитку. Людство не придумало досконалішого інструменту, ніж книга, щоб формувати свідомість людини як мислячої соціальної істоти. Сьогодні книга є об'єктом культури і

соціальної інформації, однією з найвпливовіших складових інформаційного простору [2, 3].



Мал. 2. Динаміка випуску журналів та інших періодичних видань (крім газет) в Україні за назвами у 1991- 2010 рр.



Мал. 3. Динаміка випуску журналів та інших періодичних видань (крім газет) в Україні за річними накладами у 1991-2010 рр.

Книги були й залишаються основними джерелами нагромадження інформації про найновіші досягнення науки і техніки. На відміну від інших джерел інформації, таких, як друковані та електронні ЗМІ, які мимохіть заповнюють людський розум короткоживучою інформацією, читання книги як логічного послідовного об'ємного культурно-інформаційного матеріалу дає людині змогу формувати стійкі, фіксовані свідомістю на все життя уявлення про форми і умови існування природи і суспільства, своє місце в них, визначати власне ставлення до людей у процесі соціальних і суспільних відносин і їхнє ставлення до себе [2, 3].

Книговидання в Україні до 1991 р. було чітко регламентоване. Монопольними правами на видання книжок та іншої видавничої продукції фактично володіла держава. Загалом у цей час в Україні 102-ма видавничими структурами видавалося в середньому 8 тис. назв книг і брошур загальним тиражем близько 170 млн примірників [5, 74].

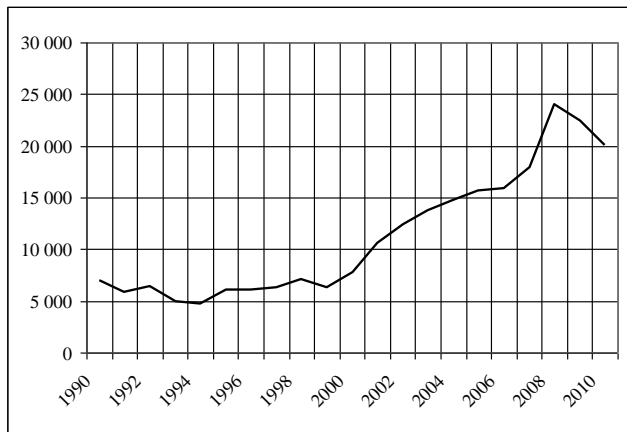
Станом на 01.01.2011 р. до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції внесено 4 820 суб'єктів видавничої справи. 1 516 суб'єктів видавничої справи займаються лише видавничою діяльністю, 621 – виготовленням видавничої продукції; 293 – розповсюдженням видавничої продукції. Решта суб'єктів видавничої справи поєднують 2–3 види діяльності у видавничій справі, а саме: 868 суб'єктів видавничої справи займаються видавничою діяльністю і виготовленням видавничої продукції, 653 – видавничою діяльністю і розповсюдженням видавничої продукції, 34 – виготовленням і розповсюдженням видавничої продукції, 835 – видавничою діяльністю, виготовленням і розповсюдженням видавничої продукції [7].

Попри помітний прогрес у кількості суб'єктів видавничої справи, статистика друку свідчить про стагнацію цієї галузі в Україні. З великої кількості видавництв лише 400 більш-менш активно функціонують на національному книжковому ринку. Решта – малопродуктивні: якщо і працюють, то випускають від однієї до кількох назв книжок на рік.

Не в останню чергу, на погляд автора, через непродуману і безсистемну державну політику у видавничій сфері. Сюди ще слід додати застарілу матеріально-технічну базу, брак редакційно-видавничого й поліграфічного обладнання вітчизняного виробництва, повільне впровадження у виробництво сучасних технологій, низьку купівельну спроможність населення, руйнацію мережі реалізації поліграфічної продукції, брак у підприємств галузі обігових коштів, зростання цін на основні поліграфічні матеріали та видавничі й поліграфічні послуги. За цих умов для багатьох видавців їхній бізнес дедалі більше ставав економічно не вигідним, а отже, непотрібним.

Економічна і культурна політика української влади нічого не змогла протиставити експансії російського видавничого бізнесу на книжковий ринок. Із жалем можна констатувати, що, попри позитивні зрушення останніх років, українська книговидавнича справа перебуває лише на початковій стадії розвитку.

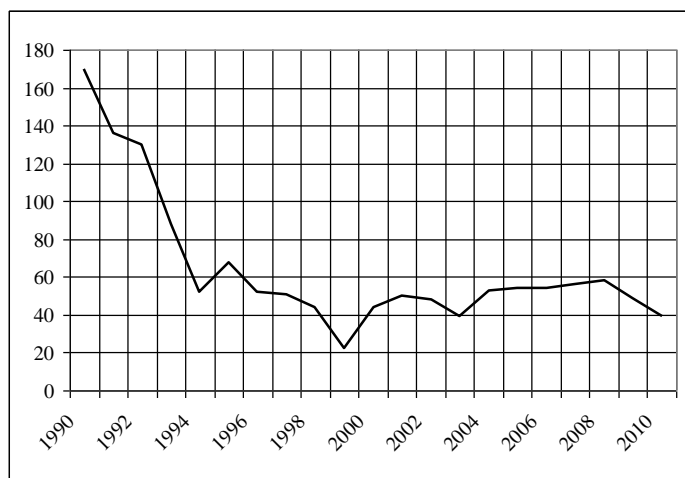
За висновками президента УАВК О. Афоніна, останнім часом видавничий бізнес в Україні активізувався, хоча позитивні зміни стаються повільніше, ніж того хотілося б. Зростає кількість назв як свідчення пошуку нових жанрових ніш або нових тем. Але, на жаль, ступінь доступності новинок для українського читача невисокий, оскільки 2/3 накладів видань становлять тисячу або менше примірників. Не сприяє підвищенню купівельного інтересу до книжки складна політична ситуація в Україні. І хоча 2009 р., порівняно з 2008-м, одержані від продажу книжок суми зросли, це пов'язано аж ніяк не зі збільшенням кількості проданих примірників, а зі зростанням ціни. Крім того, нинішнього року різко посилилася тенденція до подальшого зменшення середньостатистичних накладів. Поступовий прогрес, щодо випуску найменувань книжок у 2001–2008 рр., протягом якого кількість виданих назв книжок зросла з 7 749 – 2000 р. до – 24 040 у 2008 р., зупинився 2009 р. і набрав у 2010 зворотні оберти, як це видно з мал. 4 [4, 6; 13].



Мал. 4. Динаміка випуску книжок в Україні за назвами у 1991-2010 рр.

Саме кількість нових назв книг є основним показником активності видавництва, що характеризує його потужність і творчий потенціал. Цей показник зріс за роки, коли видавці України отримали пільги і змогли залучити витребуваних часом авторів, кваліфікованих редакційних працівників, покращити поліграфічне виконання тощо. Без них видавництва просто не мали б коштів для розвитку.

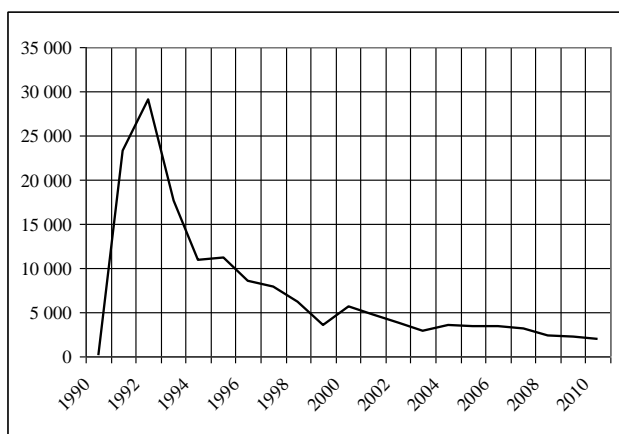
Сумарні річні накладі українських видавництв топчуться на місці. Основні тенденції випуску книжок в Україні за річними накладками у 1991–2009 рр. можна відстежити на мал. 5 [4, 6; 13].



Мал. 5. Динаміка випуску книжок в Україні за річними накладками у 1991-2010 рр.

Продовжують поступово, але постійно зменшуватися середні накладі видань. Наприклад, якщо 1992 р. середній наклад видань становив 29 132 прим., то у 2010 р. – 1 972 прим.

Динаміку випуску книжок в Україні за середніми накладками можна простежити на мал. 6 [4, 6; 13].



Мал. 6. Динаміка випуску книжок в Україні за середніми накладками у 1991-2010 рр.

Нині українська видавничо-поліграфічна галузь пропонує на ринок менше, ніж одну книжку на одного жителя країни. І це з урахуванням держзамовлення на соціально значущі видання та підручники, призначені для поповнення фондів відповідно публічних і шкільних бібліотек, літературу спеціалізованого призначення, які виконуються за бюджетні кошти і не є предметом ринкових відносин. За інформацією УАВК таких видань у 2009 р. було близько 20 млн прим [3]. Отже, загальнодоступною для жителя України є ледь не півкнижки.

Для порівняння: у царській Росії 1913 р. на душу населення щороку виходило друком 2 книжки. У нинішній Російській Федерації – 3–4 книжки, у Білорусі – 6–7, у західних країнах – 10–12. Росіяни вивели книжку на третє місце в обсязі своєї експортної продукції, і ми це добре відчуваємо на наших книжкових прилавках (*вітчизняних книжок на ринку не більше як 4 % – курсив авт.*) [14].

Природно, що ця кількість видань не може не тільки забезпечити ефективний вплив на моральний, духовний стан громадян, на формування культурного середовища держави, але й не спроможна задовольнити елементарні потреби українського суспільства у знаннях.

Ситуація, що склалася у видавничо-поліграфічній галузі нашої країни, робить видання книжок або збитковим, або зумовлює на них високі ціни, через які ця продукція стає недоступною великій частині населення. Низькі показники книговидавничої діяльності тримають на голодному пайку вітчизняну поліграфію.

А коли бракує вітчизняної книжки, то вакуум активно заповнюється імпортованою книжковою продукцією. Хоча логічнішими для українського видавничого бізнесу були б купівля й імпорт прав на видання та їх виготовлення на власних потужностях, як це широко практикується у світі. Нині ж українські книжкові мережі на 80-90 % заповнені готовою продукцією російських видавництв. За даними лише митних органів, майже 55 млн книжок щороку завозять в Україну передусім з Росії та Білорусі [14]. Але справжня

цифра набагато більша, оскільки офіційна статистика не враховує велику кількість контрабандних і приватних поставок. (Нагадаємо, що загальний наклад української книжки становить менше 40 млн. примірників, з яких майже половина – підручники й посібники.) За оцінкою ряду російських експертів місткість нинішнього українського ринку оцінюється в 400-420 млн доларів, а російських книжок на Україні продається десь на 300-320 млн доларів. Для порівняння: споживчі витрати на книжки у Великій Британії, за підрахунками Управління національної статистики, дорівнюють майже 4,5 млрд євро на рік. [15]. Отож ідеться про пряме інвестування закордонного виробника – і це за умов, коли вітчизняна поліграфія задихається через нестачу інвестицій.

Крім того, ми майже не звертаємо уваги на ідеологічний аспект книговидавництва. Загроза полягає в тому, що масові російські книжки, інша видавнича продукція нав'язують українцям спосіб життя, мислення та світосприйняття, які притаманні населенню сусідньої країни. За оцінками багатьох аналітиків, ця обставина має стратегічний характер.

Серед актуальних і дуже важливих факторів, які впливають на зменшення тиражів, є помітна втрата інтересу населення до читання друкованої продукції, зумовлена як загальносвітовими тенденціями, так і відсутністю в Україні цілеспрямованої пропаганди освіти і книжки, як елементів життєвої потреби кожної людини. Непокоять повільні темпи освоєння інтернет-технологій і випуску книжок на електронних носіях, брак реклами та непоінформованість потенційних читачів про вітчизняні книжки.

Ще в травні 2008 р. уряд затвердив «Концепцію державної цільової програми популяризації вітчизняної книжкової продукції на 2009–2012 рр.». Але в умовах постійних політичних та економічних криз реалізація її ускладнюється.

Основною причиною крутого спаду книговидання є те, що в Україні не створено належних економічних умов, які б сприяли формуванню помірних цін на книжку, зробили б її доступною широким верствам населення. А це, у свою чергу, стимулювало б нарощування обсягів книговидання і книгорозповсюдження та відповідне підвищення рівня завантаження виробничих потужностей поліграфії. Щоб радикально змінити ситуацію, мусимо домогтися ослаблення руйнівного податкового пресу на книгу, введення нульової ставки податку на додану вартість щодо всіх операцій, робіт та послуг при підготовці, друкуванні та розповсюдженні книги. Саме нульова ставка ПДВ суттєво посприяла Росії, Білорусі та іншим країнам у розвитку видавничої галузі.

Кардинально мали б поліпшити ситуацію у книговидавничій сфері через запровадження особливого режиму оподаткування Закони України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» та «Про внесення змін до деяких законів України щодо державної підтримки книговидавничої справи в Україні», якими для суб'єктів видавничого бізнесу встановлено пільги з оподаткування до 1 січня 2015 р. Тобто українських видавців, поліграфістів, які виготовляють книжкову продукцію, звільнено від сплати податку на додану вартість (ПДВ) і податку на прибуток, а книжкову торгівлю – від ПДВ.

А втім і цей закон має половинчастий характер: бажання законодавців зменшити вартість продукції для споживача за рахунок звільнення від ПДВ не дає очікуваних наслідків, оскільки поліграфічні підприємства мусять купувати основні матеріали (папір, фарбу тощо) лише з урахуванням ПДВ, а тому змушені «накручувати» вартість своїх послуг щонайменше на величину цього податку. А саме витрати на поліграфічне відтворення продукції є лівовою часткою видавничої собівартості.

Обстоює нульову ставку ПДВ на книжки і Федерація Європейських Видавців, оскільки «це є надзвичайно важливим для широкої доступності книжок читацькій публіці за якомога нижчими цінами» (із Декларації ФЄВ «A Policy for European Book Publishing», 1995). Дещо поміркованішою є позиція Європарламенту, але і його так звана «Шоста Директива» дозволяє державам-членам зберігати нульові або встановлювати зменшені ставки ПДВ (в рамках коридору 5–10 %) на деякі товари та послуги, зокрема, книжки, газети та журнали (окрім рекламних) [6].

Характерною є ситуація, коли виручка, отримана видавцями від реалізації своїх видань, здебільшого спрямовується не на розвиток або реалізацію нових проектів, а на покриття витрат, пов'язаних з утриманням видавничої бази, з комунальними платежами, із закупівлею технологічних матеріалів тощо. Саме зростання останніми роками орендних платежів за використання приміщень видавництвами та друкарнями призвело до закриття багатьох із них.

Істотно вплинула на стан галузі криза 2008-2009 рр. Аналітичні дослідження УАВК свідчать, що галузь поступово згортає свою ресурсну базу, хоча в основній масі її суб'єкти й далі тримаються на плаву. Триває процес «вимивання» готової книжкової продукції і скорочення фінансових можливостей видавництв до адекватного відновлення її обсягів за рахунок коштів, одержаних від реалізації власної продукції. Це пов'язано зі значним зростанням загальновидавничих витрат і вартості технологічних матеріалів для виготовлення книжок; з кожним кризовим місяцем галузь дедалі більше потребує зовнішніх запозичень у вигляді кредитних чи інвестиційних фінансових ресурсів, без яких видавництвам надзвичайно складно буде не те що наростити обсяги випуску видань, а й навіть стабілізувати ситуацію з кількісними показниками за назвами й накладами; без розблокування Нацбанком України і Кабміном механізмів кредитування реальної економіки будь-якої галузі, включно з видавничою, неможливо подолати кризовий поріг і досягти темпів зростання в докризовий період; при збереженні нинішніх тенденцій у видавничій сфері без відповідних позитивних проектів виконавчої влади, зорієнтованих на фінансову підтримку видавничої справи, можна очікувати подальше скорочення обсягів виробництва української книжки.

Одним з важелів державної підтримки книговидання є випуск друкованої продукції за програмою «Українська книга». Щороку видавництва й видавничі організації за держзамовленням випускають історичну літературу з питань державотворення, твори класиків і сучасних українських письменників, дитячу,

історичну, мистецтвознавчу літературу, словникові й енциклопедичні видання, фотоальбоми тощо. Та це лише 2 % щорічної кількості видань.

Найбільш ефективно працюють навіть у таких непростих умовах: київські видавництва «Либідь», «Освіта», «Генеза», «Перун», «Основи», «Академія», «Знання», «Факт», «Грані-Т», «Етнос», «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА»; львівські – «Світ», «Кальварія»; харківське «Фоліо»; тернопільське «Богдан» та інші, які навчилися формувати книжковий ринок не лише за рахунок коштів держбюджету, але й за рахунок господарської діяльності, інших джерел фінансування.

Маючи основним конкурентом російську книжку, українські видавці приречені на те, щоб пропонувати на ринок продукцію вищого гатунку, ніж у сусідів, шукати нестандартні методи й технології завоювання читацької аудиторії, в тому числі наполегливо інтегруватися у видавничий простір інших країн світу.

Крім того, потрібно законодавством чітко врегулювати і питання іноземної участі у видавничій сфері. Іноземні інвестиції в книговидавничу індустрію повинні залучатися лише підприємствами, що перебувають під українським контролем, їх діяльність не повинна суперечити державній культурній політиці, а навпаки, має сприяти розвитку національного книговиробництва.

Водночас є і об'єктивні причини зниження інтересу до книжки та загалом до друкованої продукції. Це вплив Інтернету й інтернет-технологій, які дедалі активніше проникають в усі сфери нашого життя. інтернет-видання набагато оперативніші, не потребують ні реєстрації, ні паперу і поліграфії, ні доставки читачеві. Інакше кажучи, засоби передачі електронної інформації завдали потужного удару традиційним видавничим технологіям. Переважна більшість загальнодержавних, чимало регіональних та місцевих друкованих засобів масової інформації відреагували створенням власних інтернет-версій. Дехто зовсім пішов у Інтернет, відмовившись від друкованих технологій. Весь час збільшується кількість доменів українського сегменту мережі та додається користувачів.

Згідно з даними Інтернету Асоціації України, в нас налічується 12,9 млн регулярних користувачів мережі Інтернет у віці 15 років і старше, що складає третину дорослого населення країни. З них 11,8 млн респондентів користується інтернетом раз на тиждень і частіше, а 8,7 млн використовує мережу щодня [9]. На цей виклик часу потрібна реакція всієї видавничої галузі, якщо вона не хоче втратити аудиторії і опинитися на узбіччі суспільного життя.

Шукаючи шляхів дальшого розвитку економічно перспективного бізнесу, багато компаній вторглися в нову для них сферу діяльності, вкладаючи величезні кошти у виробництво електронної комерційної видавничої продукції. Видавничий процес у цьому випадку складається з трьох основних компонентів: наявності тексту – необробленої інформації, проведення комплексу робіт за допомогою технічних засобів і технологій обробки тексту, управління ним і організацією доступу до нього через Інтернет та

кваліфікований персонал, здатний виконати ці процеси максимально ефективно. Чимало видавництв готують і передають електронну інформацію кінцевим користувачам, але доступ до неї обмежений. Тепер мова йде про «мережеву видавничу справу» як інтегрований процес створення електронної інформації з різними формами її уявлення для кінцевих користувачів (у друкованому, відео- і аудіо-вигляді). Нині мережевою видавничою діяльністю займаються комерційні підприємства, наукові й навчальні установи, відомчі підприємства та приватні підприємці. У майбутньому кожний зможе стати мережевим видавцем, і видавнича діяльність буде більше спрямована на розширення інформації, ніж на її «проштовхування» на споживчому ринку, оскільки Інтернет усунув перешкоди на шляху поширення електронної інформації, пов'язавши сотні мільйонів видавців і користувачів мережі один з одним.

Ефективність і гнучкість роботи в мережі дадуть змогу знизити собівартість видавничої продукції, задовольнити потреби замовників і стануть джерелом нових грошових вливань у розвиток видавничого бізнесу.

Споживачі матимуть доступ до потрібних інформаційних ресурсів у будь-який час, у будь-якому місці, на зручному для користування пристрої в інтерактивному режимі з високоякісною візуалізацією та озвученням інформації.

Мережеві видавництва матимуть змогу одержувати доходи від нового виду діяльності, такого як видання електронних книг, створення сервісних служб для продажу інформації за запитами, розширення можливостей її персоналізації. Швидка доставка видавничої продукції на ринок прискорить повернення ринкових інвестицій. Видавництва зможуть понизити витрати за рахунок можливості повторного використання інформаційних даних без потреби знову створювати їх тощо.

Електронна інформація стає дедалі більш затребуваною суспільством, і видавнича справа відіграватиме важливу роль у загальній трансформації нашого життя.

На жаль, кроки української влади досі не стали запорукою позитивних зрушень, не є системними та послідовними.

ЛІТЕРАТУРА

1. Резолюція ПАРЄ «Про парламенти й ЗМІ» № 1142 (1997) [Електронний ресурс] // Документи ПАРЄ: [сайт] / Бюро інформації Ради Європи в Україні — Режим доступу : [http://www.coe.kiev.ua/docs/pace/res1142\(97\).htm](http://www.coe.kiev.ua/docs/pace/res1142(97).htm).
2. Афонін О. Українська книга в контексті світового книговидання / О. Афонін, М. Сенченко. — К. : Кн. палата України, 2009. — 277 с.
3. Афонін О. Українська книга у контексті фінансово-економічної кризи 2009 р. [Електронний ресурс] // Колонка експерта : [сайт] / Портал української книжкової індустрії. — Режим доступу : http://uabooks.info/ua/book_market/analytics/?pid=3601 (10.10.10). — Назва з екрану.
4. Буряк С. Аналітичний огляд випуску друкованої продукції в 2009 р. // Вісник Кн. палати України. — 2010. — № 5 (166). — С. 6–15.

5. Вашекин Н. О системе маркетинговой информации / Н. Вашекин // Маркетинг. – 1996. – № 1. – С. 8–14
6. Гриценко О. Між глобальним та національним – 2 [Електронний ресурс] // Критик : [сайт] / Критикани. – Режим доступу : <http://www.kritiki.net/2000/06/23/mizh-globalnim-ta-nacionalnim-2> (23.06.00). – Назва з екрану.
7. Заряда Н. Аналітичний огляд газет, виданих в Україні у 2009 році // Вісник Кн. палати України. – 2010. – № 4 (165). – С. 10–14.
8. Концепція державної інформаційної політики [Електронний ресурс] // Департамент інформаційної політики : [сайт] / Держкомтелерадіо. – Режим доступу : http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=79267 (17.12.10). – Назва з екрану.
9. Користувачів Інтернет в Україні перерахують [Електронний ресурс] // Інтернет : [сайт] / News Day. – Режим доступу : <http://www.news-day.com.ua/internet/1035/> (07.10.10). – Назва з екрану.
10. Лубченко І. Слово зброя? / І. Лубченко. – К. : УВПК «ЕксОб», 2009. – 560 с.
11. О'Рейли Г. Тенденції мирової преси : матеріали Междун. конф. WAN [«Сила печатні – Возможности печатных СМИ»], (Барселона, Іспанія, 27 – 28 мая 2009 г.) [Електронний ресурс] // Медіа-бібліотека. – Режим доступу : http://media.parliament.org.ua/d_tg/action/article_detail/article_id/2736/ (04.01.11). – Назва з екрану.
12. Оперативні дані випуску книжкової продукції у 2010 р. [Електронний ресурс] // Випуск видавничої продукції в Україні : [сайт] / Державна наукова установа «Книжкова палата України». – Режим доступу : <http://www.ukrbook.net>. (25.01.11). – Назва з екрану.
13. Сівашова І. Роздержавлення друкованих засобів масової інформації в контексті розвитку інформаційного простору України / І. Сівашова // Вісник Кн. палати України. – 2010. – № 7 (168) – С. 41-43.
14. Тимошик М. Видавнича справа в Україні на сучасному етапі: тенденції, проблеми : текст лекції [для студ. Ін-ту журналістики з курсу «Видавнича справа та редагування»]. – К. : Ін-т журналістики, 2002. – 24 с.
15. Чуприй Л. Українське книговидання. Стан і проблеми [Електронний ресурс] // Аналітика : [сайт] / Агенство стратегічних досліджень. – Режим доступу : <http://sd.net.ua/2010/07/16/ukrayinske-knigovidannya-stan-i-roblemi.html> (23.05.05). – Назва з екрану.
16. Шпак В. Видавничий бізнес: теорія і практика : наук. вид. / В. Шпак. – К. : ТОВ «УВПК «ЕКСОБ», 2010. – 384 с.

Shpak V. Location publishing products in transition the information society

This paper analyzes the current problems of publishing and print media in the context of the national information space.

Keywords: book, media, state and national interests.

УДК 070:004.738.5

О.Т. МАРКІВ
кандидат пед. наук

**КОМУНІКАТИВНИЙ ЕФЕКТ
ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ОНЛАЙН-МАТЕРІАЛУ**

У статті охарактеризовано принципи і стилі подання інформації в мережі Інтернет, розглянуто особливості встановлення контакту між авторами та

споживачами, проаналізовано заходи й шляхи підвищення комунікативної цінності журналістського онлайн-матеріалу.

Ключові слова: онлайн-матеріал, інтернет-журналістика, комунікативний ефект.

Важко переоцінити сьогодні ту роль, яку відіграє в розвитку сучасного суспільства інформація. Вона забезпечує процес інтеграції людських зусиль, тобто є основним ресурсом людства. Однак інформація, а точніше її соціальний зміст, становить нині глобальну проблему сучасності, бо від неї залежить майбутній суспільний поступ; інформаційна взаємодія набуває пріоритетного значення. Саме тому прискорення передачі інформації і підвищення її «засвоюваності» постає як нагальне завдання нашого сьогодення. А сам процес інформаційного споживання вимагає розширення своїх каналів.

Зауважимо, що сучасна соціальна комунікація може відбуватися в режимі реального часу (телебачення і радіо), зі зрушенням у часі (друковані ЗМІ), і змішаному (Інтернет). Тому унікальним і надзвичайно перспективним джерелом, а згодом – самостійним засобом масової комунікації став Інтернет. Це той механізм, у якому навмисний пошук поєднується з випадковими знахідками. Відтак, цікаво, мобільно, сучасно, модно; без зайвих зусиль безплатно і дуже швидко можна мати найважливіші відомості. Адже тут швидкість реакції на подію значно перевищує навіть телебачення, а також перелік найбільш «гарячих» новин подається з прямим посиланням на найбільші інформаційні агентства, що дозволяє читачеві отримувати дані з першоджерела.

Більше того, ця світова комп'ютерна мережа, що забезпечує швидкий зв'язок між виробниками та споживачами інформації, журналістам надає альтернативні методи публіцистики. На сьогодні Інтернет, за переконанням багатьох, є найбільш вільним простором і для свободи слова, і для чесної інформації. Тому кількість електронних версій світових друкованих мас-медіа постійно збільшується.

Первинно ініціатори створення мережеских версій друкованої преси не мали на меті переманювати власних читачів у мережеву павутину, а лише повною мірою зрозуміли потребу в освоєнні кібер-простору. Щодо України, то такий вид журналістики лише розвивається. Але і це питання часу, бо реалії сьогодення вказують на старіння аудиторії друкованої періодики, більшість молоді від 18 до 24 років взагалі не читає газет. У ситуації, що склалася, багатьом газетам і журналам доводиться терміново реагувати: розміщувати своє видання в мережі Інтернет, оскільки у поєднанні з ним електронні цифрові технології визначають майбутнє комунікації.

Інтернет-журналістика – це вид суспільної діяльності зі збирання, опрацювання й поширення актуальної інформації через Інтернет, як середовище масової комунікації. Інтернет-ЗМІ – це відвідувані відносно

великою аудиторією великі сайти, які обновляються кілька разів на добу й створені, щоб надавати саме журналістську продукцію, соціально значущу інформацію: новини, статті та інше. Саме такі сайти (і, можливо, деякі авторські проекти) і повинні вважатися ЗМІ в Інтернеті. Інакше під визначення ЗМІ потрапляє практично будь-який сайт. Хоч, за висловом російського інтернет-журналіста Д.Смірнова, «будь-який власник своєї, особистої сторінки в Мережі – по суті журналіст. І нема значення, усвідомлює він це, чи ні. Будь-хто в Мережі – потенційний журналіст, оскільки він може зробити так, що його (і саме його) думка може швидко стати відомою будь-якій кількості людей» [6], а газета при цьому перетворюється на елемент соціального середовища. Ця ситуація є проблемною і потребує вирішення.

Зазначимо, що керуватися тими ж принципами подання інформації, що й друковані ЗМІ, в інтернет-індустрії неможливо. По-перше, значно відрізняється аудиторія, по-друге, стиль має бути іншим, тобто адаптованим для сприйняття через Мережу. Так би мовити, комунікативний ефект та комунікативний процес виражаються по-іншому. Тому метою цієї статті є виявлення особливостей комунікативного ефекту журналістського онлайн-матеріалу.

Отже, комунікативний ефект журналістського твору – це плід умов комунікативного акту. Із них він виникає, з їх урахувань більш або менш свідомо сконструйований, моделює хід спілкування. «Живий» смисл інформації в тому, щоб бути повідомленою і сприйнятою. Тобто комунікативні позиції відбивають єдність між способом вираження та очікуваним продуктом читання. Читач, у свою чергу, через журналістський текст входить у контакт з реальною проблемою, а тому рецептори перетворюють повідомлення у предмет, факти – у реалії життя, рекомендації – у ділові пропозиції, а описану ситуацію – у стан, коли потрібно приймати рішення. Досягнення комунікативного ефекту залежить, безумовно, від багатьох факторів, однак без контактано-організуючих чинників канал соціального зв'язку або переривається, або навіть не встановлюється.

Найпопулярніший шлях встановлення контакту зі споживачем – це цікавий заголовок, ілюстрація, розташування матеріалу на сторінці, а втримання уваги (організованість) забезпечують вже емотивні засоби. Усе зрозуміло при спілкуванні з щоденною друкованою газетою, коли читач знає точно, де він знайде ту чи іншу статтю: всі тематичні області макету щодня розташовуються на тому самому місці, заголовки статей зорієнтовані по темах і чітко читаються. При цьому ефективність матеріалу підсилюється звичкою отримання порції задоволення від написаного. Але, якщо газета робить ставки переважно на цікаві заголовки, радіо – на стислі інформаційні повідомлення, телебачення – на яскравий відеоряд, то журналістика в Інтернеті частково містить усі попередні можливості сприйняття інформації.

Універсальною принадою все ж залишаються свіжі новини, які займають першу сторінку звичайної газети, починають кожен час радіоэфіру і є обличчям телевізійного каналу. Правильне висвітлення новин на веб-сторінках – перший крок до успіху у світі Інтернету. Це зумовлює вибір з потенційних клієнтів усієї

планети своєї читацької адреси, інформаційний запит якої буде задоволено. І чим більшою вона буде, тим краще. Якщо розмішувати звичайну газету або журнал в Інтернеті, залишаючи зміст таким, як і в друкованому варіанті, то автоматично ймовірна кількість потенційних клієнтів зменшується, що, зрозуміла річ, впливає на прибуток.

Оперативність і простота – перше, чого потребує людина, яка користується Інтернетом. Ці принципи доволі популярні в телеіндустрії новин, де основне сприйняття інформації, а саме 80 відсотків, глядач дістає через зображення. Комунікативний ефект журналістського матеріалу в Інтернеті прямо залежить від часу очікування під час так званої передачі даних із монітора. Останній, у свою чергу, забезпечує огляд лише обмеженого простору, внаслідок чого виникає проблема «інформаційної міопії», вирішити яку можуть різні навігаційні засоби та можливість максимального огляду вмісту.

За даними американських досліджень, читачі сприймають текстовий онлайн-матеріал гірше, ніж його друковані аналоги: пропоновані з монітора статті здаються менш достовірними й роблять більш слабкий вплив на позиції читачів, ніж ті самі статті, опубліковані у звичайних газетах [1].

Підсилити комунікативну цінність журналістських онлайн-текстів можна за допомогою таких заходів як: закінченість і гармонійність макета сайту, завершений дизайн веб-сторінки, обмежена кількість кольорів (чорний шрифт на білому тлі краще читається), застосування інших кольорів тільки в графічних об'єктах, чітка ієрархія структури сторінок (заголовки-зображення-текст).

Зараз спостерігається тенденція до зменшення використання всього спектра мультимедійності, тому що при цьому значно збільшився б час очікування й зменшилася б потужність передачі даних. Наявність занадто докладного графічного контенту веде до довгого завантаження сторінок, а довгий текст може втомити читача і виникне на рівні психології негативний ефект від незавершеної комунікації. З іншого боку, зараз потенційно можливо супроводжувати новинні стрічки мережових видань голосовими повідомленнями, анімованими роликами або ж прямою трансляцією через веб-камеру, стаючи при цьому активним учасником комунікативного акту.

Варто зазначити й помітну стилістичну відмінність текстів, опублікованих у мережі, від друкованих попередників. Звичайно ж, журналісти, котрі звикли працювати для періодичної преси, що вже відпрацювали свій стиль і манеру викладу, не змінюють її, публікуючись в електронному середовищі. Таким чином, стилістика почала змінюватися тільки з моменту появи мережових журналістів, що працюють тільки для онлайн-видань.

Справа в тому, що сприйняття користувача Інтернету обумовлюється тим, що сьогодні називають «кліковою свідомістю». Інформація вже не сприймається цілісно, як, наприклад, відбувається при читанні книги. Зовнішня структура інтернет-сайту нагадує афішу: корисна інформація на ній перемішана з рекламою, анімованими флеш-роликами, заголовками, посиланнями на інші сайти тощо. Користувач швидко пробігає очима все різноманіття, анітрохи не затримуючись поглядом на чомусь конкретному. Таким чином, зацікавити і

затримати на сторінці читача здатна стислість, кондесованість висловлюваної думки. Тобто, все найважливіше – на початок статті, і тільки потім деталі, які здебільшого не цікаві. Онлан-текст, зазвичай, не має індивідуального авторського почерку, індивідуальної манери. Але спостерігається чіткий і різкий поділ тексту на тематичні уривки.

Комунікативний ефект журналістського тексту в Інтернеті посилюється завдяки постійному оновленню, від чого інформація може мінятися щогодини і навіть щохвилини. Завдання журналіста – вивчити матеріал, проконсультуватися з фахівцями, дослідити сайти конкурентів і на підставі зібраних даних написати привабливий для читання й ефективний за дією, впливом текст. Тільки таким чином онлайн-журналістика здатна миттєво забезпечити зворотний зв'язок з читачами, втіливши мету усіх засобів масової комунікації.

Комунікативна цінність журналістського тексту не в тому, щоб бути прочитаним, а в тому, щоб бути зрозумілим, донести свою позицію, бажання натякнути про своє бачення проблеми, ідею створення матеріалу. Завдяки мережі Інтернет журналіст має сьогодні таку можливість, більше того, може вступити з читачем у полеміку, і не на сторінках газети, де полеміка проходить жорстке редакторське опрацювання і затискається в рамки відведеного обсягу, але в необмеженому часі-просторі форуму або гостьової книги. При бажанні автор у мережі може відповісти кожному, кому захоче, а не групувати найбільш типові запитання, намагаючись дати на них найбільш загальні відповіді.

Абсолютно по-новому стоїть питання оформлення, редагування, мовна канва онлайн-матеріалів. Проте основна проблема полягає в тому, що інтернет-версія газети – це не проста заміна паперового носія інформації на електронний. Створення веб-сайту, за змістом адекватного до останнього номеру газети, – безперспективний шлях [6]. Ще кілька років тому український сектор Інтернету ряснів прикладами подібних «інтернет-копій», які дуже швидко переставали нормально функціонувати. При цьому не враховувався той факт, що ніхто не буде підключатися до Інтернету, щоби прочитати газету, яку можна придбати в кіоску. Подібні сайти завжди мають мізерну кількість відвідувачів, а тому досить швидко перестають функціонувати.

Специфічні особливості технології передачі інформації через комп'ютерні мережі надають інтернет-виданням принципово нові можливості. Виникла потреба докорінного переосмислення таких фундаментальних категорій традиційних ЗМІ, як періодичність виходу, наклад, читацький інтерес тощо.

Кількість користувачів Інтернету з роками тільки збільшуватиметься: зауважено, що веб-мережа експоненціально зростає. Важливо, що «новини, слідом за електронною поштою та пошуковими механізмами, є одним з основних чинників цього зростання» [1, 8], тобто вагомо сприяє популярності Інтернету те, що на його сторінках розміщуються журналістські повідомлення про останні події.

Отже, інтернет-журналістика потребує вноормування; варто докласти всіх зусиль для того, щоб вона розвивалася у нас не стихійно, не хаотично і не по-

аматорськи, а з орієнтацією на найкращі приклади в цій сфері, такі як, скажімо, сайт агентства CNN (www.cnn.com) чи електронна версія американської газети Нью-Йорк Таймс (www.nytimes.com).

Реалії, на жаль, показують протилежне: значна частина новин передає спотворену інформацію, має місце маніпулювання та недостовірність фактів. А це недопустимо, бо часто, онлайн новини стають джерелом для інших медіа, а тому вимоги до якості журналістських текстів в Інтернеті мають бути чіткими і прискіпливими.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гол Дж. Онлайн журналістика / Пер. з англ. – К. : К.І.С., 2005. – 344 с.
2. Гриценко О. Влада інформації, її місце й роль в інформаційному суспільстві / О. Гриценко // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2001; режим доступу: <http://www.journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=42>
3. Джерри Хоникатт. Использование Internet. 2-е издание / Пер. с англ. – К. : Диалектика, 1997. – 304 с.
4. Мелешенко О.К. Взаємодія ЗМІ: нові форми як відповідь на виклики часу / О.К. Мелешенко // Вісник Запорізького державного університету: Збірник наукових статей. Філологічні науки. – Запоріжжя : ЗНУ, 2002. – 178 с.
5. Сенюк А. Роль Інтернету у формуванні медіа-свідомості під час виборів 2004 року / А. Сенюк // Нова філологія. Збірник наукових праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2005. – № 3 (23). – Т. 2. – 176 с.
6. Смирнов Д. «Сетелистика» [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://vn.ru/990517/0517-26-29.html>.
7. Паньо Т. «Випічка» інтернет-новин. Український рецепт // Дзеркало тижня. – 2005. – 6–12 серп. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.dt.ua/3000/3050/50788.

Markiv O. Communicative effect journalistic online content

The paper describes the principles and style of presentation of information in the Internet, the peculiarities of establishing contact between authors and consumers, analyzed measures and ways to improve the communicative value of journalism online material.

Keywords: *online material, online journalism, communicative effect.*

УДК 025.4.03:002(048.3)

Є.О. ШАРУНЕНКО

РОЛЬ І МІСЦЕ РЕФЕРАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ У ПІДВИЩЕННІ ІНФОРМАЦІЙНО-ПОШУКОВОЇ КУЛЬТУРИ ДОСЛІДНИКА

У статті розглянуто культуру пошуку інформації та місце реферативного документа в цьому процесі. Описано функції рефератів та особливості їх читацької спрямованості.

Ключові слова: інформаційна культура, інформаційний пошук, інформаційні видання, реферативне видання, реферат, читацька спрямованість, споживачі інформації.

Під інформаційною культурою розуміють такий рівень інформаційної підготовки, який дозволяє людині не тільки вільно орієнтуватися в потрібному інформаційному середовищі, а й брати участь у його формуванні та перетворенні, сприяти інформаційним контактам [1].

Категоріями інформаційної культури особистості можна вважати її вміння формулювати свою потребу в інформації, ефективно здійснювати пошук необхідної інформації в усій сукупності інформаційних ресурсів, переробляти і створювати якісно нову інформацію, підтримувати індивідуальні інформаційно-пошукові системи, відбирати та оцінювати інформацію, а також здатність до інформаційного спілкування і комп'ютерну грамотність.

Інформаційна культура та розумова праця в будь-якій їх формі завжди пов'язані з пошуком інформації. На сучасному етапі ускладнюється система пошуку, поступово вона перетворюється в спеціальну галузь знань. Знання та навички в цій сфері людської діяльності стають все більш обов'язковими для будь-якого споживача інформації [2].

Основними видами видань та заходів, що допомагають читачеві знаходити інформацію та орієнтуватися в ній, можуть бути такі: реферативні журнали; бюлетені сигнальної інформації; експрес-інформація; аналітичні огляди; реферативні огляди; каталоги і картотеки; бібліографічні покажчики; бюлетень нових надходжень; виставки нових надходжень; бібліографічні огляди; семінари; тематичні підбірки; друковані бібліографічні картки; анотовані друковані бібліографічні картки; реферати; фактографічна інформація на картках; копії змісту поточних (іноземних) журналів, що дозволяють скласти уявлення про зміст номера [3].

Під час пошуку релевантної інформації дуже корисно ознайомитися саме з інформаційними виданнями. Інформаційні видання містять не тільки відомості про публікації в пресі, але і короткий огляд їхнього змісту. Над випуском інформаційних видань працюють інститути, центри та служби науково-технічної інформації. Інформаційні видання поділяються на три види: бібліографічні, реферативні та оглядові.

Реферативні видання містять публікації рефератів, включають скорочений виклад змісту первинних документів (або їх частин) з основними фактичними відомостями і висновками.

Реферування – це процес аналізу первинного документа й складання реферату. Це інтелектуальний творчий процес, що потребує осмислення, аналітико-синтетичної обробки інформації та створення нового документа – реферату, котрий має специфічну мовностилістичну форму.

Ознайомлення з рефератами дає змогу оперативно одержати коротку інформацію про зміст первинних документів і завдяки цьому максимально правильно вирішити питання про необхідність їх використання. Інколи таке ознайомлення навіть замінює вивчення першоджерела, що особливо важливо, коли воно з якихось причин недоступне.

Реферати часто розглядають як моделі первинних документів, оскільки вони не тільки передають зміст, а й зберігають читацьку спрямованість документа, який реферується.

При використанні рефератів реалізується ціла низка різноманітних функцій. Основними функціями реферату вважаються такі: інформаційна, індикативна, пошукова, адресна, довідкова, науково-комунікативна, сигнальна, прогностична і функція індексування [2].

Реферат можна розглядати в якості пошукової системи. Користуючись рефератами, споживач здійснює за ним безпосередній пошук інформації, причому інформації фактографічної. У цьому виявляється пошукова функція реферату, а також функція довідкова, оскільки інформація, яку видобувають з нього, багато в чому представляє довідковий інтерес. Щоб реферат виконав пошукові функції, він повинен характеризувати реферовані джерела не тільки змістовно, а й описово. Це ще одна властивість реферату, його індикативність. Реферат, виконуючи індикативну функцію, вказує на існування, наявність відповідного документа (наприклад, депонованого рукопису); разом з тим реферат описово характеризує окремі елементи змісту і передає бібліографічні ознаки.

Реферативний журнал в цілому і реферати, що входять до нього, виконують сигнальні функції, повідомляючи про вихід у світ і про наявність первинного джерела інформації. Сигнальні функції рефератів виявляються тоді, коли за допомогою них здійснюється оперативне інформування про плани випуску літератури, про існування неопублікованих, в тому числі депонованих робіт. Для науково-інформаційної діяльності важливо, щоб реферати готувалися і доводилися до споживача, попереджуючи вихід у світ первинних документів. У конкретних установах (університетах, науково-дослідних установах) реферати можуть бути використані для сигнального оповіщення про нові надходження літератури до фонду бібліотеки.

Діапазон використання рефератів дуже широкий. Так, реферати описів винаходів не тільки сповіщають про нові технічні рішення, а й доносять до споживача суть цих рішень, допомагають пошуку патентної документації. Зібрані воедино, вони можуть бути використані при попередній експертизі заявок на винаходи.

Реферат придатний для вирішення ще однієї важливої задачі. Він може бути використаний для індексування змісту тексту первинного документа, що істотно скорочує трудові та часові витрати порівняно з витратами на виконання цієї роботи безпосередньо з першоджерела. У зв'язку з цим реферування та індексування слід розглядати як двоєдиний процес розкриття змісту первинного документа. Оскільки реферування передуює індексуванню, важливо, щоб у рефераті знайшли відображення ті ключові слова, які складають ядро тексту первинного документа.

Існує ряд особливостей, які позначаються на читацькій спрямованості реферату [4]. Реферат є повідомленням вторинного характеру, його тема і зміст обумовлені темою і змістом реферованих джерел інформації. Таким чином,

якщо виключити ті випадки, коли джерело інформації піддається реферуванню по частинах, вибірково, то, загалом, щодо теми і змісту, реферат повинен був би мати таку ж читацьку адресу, що і первинний документ. Зберігається в рефераті і рівень доступності матеріалу, властивий первинному документу. Природно, що, наприклад, у теоретичній статті, в описі винаходу, в методичному посібнику, присвяченим одній і тій самій темі, по-різному будуть розглянуті і з різним ступенем зрозумілості викладені змістові питання. Орієнтовані на читачів відповідних категорій, ці джерела інформації зберігають свою читацьку адресу і в рефератах. Тому реферат можна розглядати як сполучну ланку між читачем і первинним документом.

Друга особливість полягає в тому, що реферат використовується, як правило, незалежно від первинного документа і завжди передує його прочитанню. І необов'язково, щоб після прочитання реферату виникла чи підтвердилася необхідність звернення до первинного документа. В одних випадках реферат показує, що первинний документ просто не заслуговує читання, в інших – реферат несе в собі достатньо інформації, щоб обмежитися його читанням. Таким чином, у цьому сенсі читацька адреса реферату ширша за читацьку адресу первинного документа.

Третя особливість впливає з цільового призначення реферату. При користуванні рефератом читач має іншу спрямованість читання, інший настрій, іншу мету, ніж при читанні первинного документа. У загальному випадку завдання полягає насамперед у тому, щоб за рефератом оцінити первинний документ і визначити своє ставлення до нього.

За функціональними властивостями реферату його споживачів можна розділити на дві групи. Перша – це інформаційні органи, до іншої відносяться індивідуальні споживачі, яких у традиційному розумінні прийнято називати читачами. Споживачі першої групи – це колективні споживачі, такі як галузеві інформаційні центри, бібліотеки різних категорій, інформаційні органи науково-дослідних інститутів, підприємств тощо. Вони не є читачами, особисто потребують інформації. Їхні цілі щодо використання рефератів обумовлені насамперед загальними виробничими та науковими завданнями відповідних галузей, відомств, підприємств, установ. Вони використовують реферати для комплектування довідково-інформаційних карток, каталогів, пошукових масивів; для створення реферативних досьє; для розвідки інформації та документів тощо. До колективних споживачів можна зарахувати також книготорговельні організації, яким на підставі читання рефератів доводиться вирішувати питання про читацьку адресу видань. Таким чином, використання рефератів споживачами першої групи зводиться до інформаційного обслуговування споживачів другої групи. При цьому одне із завдань працівників інформаційних служб полягає в тому, щоб звільнити індивідуальних споживачів від інформаційного пошуку, від необхідності вести первинну обробку джерел інформації. Рішення цього завдання досягається багато в чому завдяки використанню рефератів.

Коло індивідуальних споживачів інформації дуже широке. Однак, незважаючи на це, їх можна розділити на ряд категорій, виходячи з ознаки спільності інформаційних потреб. Велику групу індивідуальних споживачів інформації складають вчені та фахівці, які ведуть наукові дослідження. У самотійну групу виділяються інженери – розробники нової техніки, конструктори. До особливої групи споживачів інформації відносяться керівники установ, що виконують науково-дослідну роботу, керівники підприємств та ін.

Для того, щоб цілеспрямовано і точно адресувати реферат, потрібно враховувати інформаційні запити, зумовлені конкретними цілями дії споживача. При цьому, залежно від споживача інформації, від характеру розв'язуваних ним завдань, від того, для якої функціональної мети складається реферат (для передачі відомостей, для зазначення джерела інформації, для довідки тощо), у ньому можуть бути виділені відповідні дані з первинного документа. Так, якщо реферат складається для того, щоб підкріпити потрібну точку зору або видати вихідну інформацію, наприклад, для розрахунків, то в ньому можна обмежитися довідковими даними. Інформаційні запити легше виявити, і, отже, задовольнити, якщо інформаційна служба і споживач знаходяться в безпосередній близькості і тісному спілкуванні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гречихин А.А. Библиографическая эвристика: История, теория и методика информационного поиска: конспект лекций / А.А. Гречихин. – М. : Моск. полигр. ин-т, 1984. – 48 с.
2. Лутовинова В.І. Реферування як процес мікроаналітичного згортання інформації: практичний посібник / В.І. Лутовинова ; Акад. пед. наук України, Держ. наук.-пед. б-ка України ім. В.О. Сухомлинського. – Київ: Четверта хвиля, 2007. – 72 с. – (На допомогу професійній самоосвіті працівників освітянських бібліотек).
3. Рыбина Л.И. Информационная культура – приоритетное направление библиотечной деятельности / Л.И. Рыбина // Библиография. – 2006. – № 4. – С. 17-22.
4. Теория и практика референтской деятельности: учебное пособие / Под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 272 с.

Sharudenko e. Role and place reference document in enhancing information retrieval culture investigator

The article deals with the culture of finding information and a reference document in this process. Described features news and features of their readership orientation.

Keywords: *information culture, information retrieval, information publishing, reference publishing, essay, reader-oriented, consumer information.*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПИСЕМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЗАСОБАМИ РЕДАГУВАННЯ

УДК 81'271.14

П.П. КУЛЯС
канд. історичних наук

ТИПОЛОГІЯ ПОМИЛОК: НАВІЩО ВОНА ПОТРІБНА РЕДАКТОРОВІ, ПЕДАГОГОВІ? (ПОМИЛКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВИ)

У статті проаналізовані поняття «феномен помилки» і «класифікація помилок»; охарактеризовано їхнє значення в практичній діяльності редакторів, науці про редагування, навчальній дисципліні «Типологія помилок».

Ключові слова: редагування, помилка, девіація, причини виникнення помилок, типологія (класифікація) помилок.

Кажуть, що мовні помилки – це маленькі прикраси нашого життя (неприємно, коли помилки припустилися ми і нам на це вказали; досадно бачити помилку в читаній нами статті чи книжці – вона на якусь мить «відмикає» увагу від змісту). Тож про помилки ми частіше говоримо критично, з осудом.

Але погляньмо на справу трохи інакше, як дослідники.

Проблема помилок супроводжує кожного з нас усе життя (коли наші розмовні похибки вже на першому році життя виправляє мама – і до останньої своєї статті, яку виправляє редактор). Виявляється ж, що це не маленькі прикраси, а якась системна складова частина в розвитку нашого менталітету. Це завдяки помилкам ми ще в школі опанували хитромудру нашу орфографічну модель. Це вони допомогли нам вивчити якусь іноземну мову. Це вони відкрили для нас новий погляд на проблему (бо ж «не набивши на лобі гуль, не зв'яжеш смислу куль»). А який розмай (чи й розгул) гумору, заснованого на помилках!

То, може, слід би нам оди складати на честь помилки? Пам'ятники їй ставити? А в цьому, між іншим, нема й парадоксу. Видатний фізіолог О.О. Ухтомський писав: «Помилка займає нормальне місце у вищій нервовій діяльності». Дуже влучно сказав і наш львівський учений та педагог Флорій Бацевич: «Помилки – важливе джерело наших знань про мову; інструмент її дослідження» [1, 6].

Бачите: нормальне місце у вищій нервовій діяльності, джерело й інструмент! Це вже вам не якась там красивість стилю, а методологія.

Виходячи вже з педагогічних цілей, російський дослідник А.А. Леонтьєв писав: «Неможливо досягти суттєвого поліпшення методики, не знаючи її “слабких” місць, які проявляються якраз у помилках» [6, 15].

Тож є смисл науковцеві і педагогу працювати з помилками. Систематизувати їх, вдумуватися в причини, бачити характерні вади мовлення в нашому оточенні. У наших учнів і студентів. У депутатів і журналістів. У наших авторів. Та й у самого себе.

Якщо осмислити цю потребу, то типологія помилок, виявляється, потрібна нам усім. Кожен має охоплювати зором дев'ятивне поле /тобто поле помилок/, щоб удосконалити бодай своє мовлення.

Щоправда, як жартує А. Капелюшний, «не робімо з помилок навчального посібника». Автор цієї статті, навпаки, свідомо створив навчальне видання, усунів складене з помилок [5]. У посібнику «Типологія помилок у корекційних таблицях» (2011) розгорнуто велику типологічну систему помилок. Вона не є першою в нашій науковій і навчально-педагогічній літературі.

Очевидно, найсистемніший досі варіант типології помилок подав львівський учений і педагог Анатолій Капелюшний [3]. Крім того, в Інституті журналістики КНУ ім. Т.Г. Шевченка на цю тему захистила кандидатську дисертацію Тетяна Бондаренко, яка теж подала принципову (тобто менш деталізовану) систему. Т. Бондаренко називає лексико-морфологічні, лексико-синтаксичні, лексико-орфографічні, лексико-словотвірні, морфолого-синтаксичні помилки. Окремі з них вона ілюструє розширено. Є елементи типологій помилок також у Зиновія Партика (загальна класифікація у прив'язці до певних типів норм і вимог видавничого процесу [7]), Ф. Бацевича (комунікативні помилки – [1, 2]), О. Рудої (колективні девіації з погляду білінгвізму – [8]).

Чим відрізняється типологія нашого посібника від системи Капелюшного? У Капелюшного – велика увага до технологічних помилок різних типів ЗМІ – газет, ТБ, радіо (помилки складання, друку, ті, що виникають у процесі редагування, скорочення, вади інтерв'ювання, поведінки ведучого тощо). І, зрозуміло ж, мовно-стилістичні помилки.

Не забуваючи про те, що редактор не повинен залишати без уваги жодної, навіть технічної похибки, ми на них не зосереджуємося. Наша «Типологія помилок» – це тільки те, що відбувається в мовній системі, тобто в ментальності мовця.

Книжка «Типологія помилок у корекційних таблицях» рекомендована Міністерством освіти і науки України. Таким чином пропонована структура девіацій «освячена» найвищою методичною інстанцією.

Ось думка про посібник академіка НАПН України Л.І. Мацько: «Найважливішим доробком автора, – пише вона, – є: інноваційна розробка класифікації помилок писемної та усної комунікації (т. зв. велика таблиця девіацій); системне виокремлення помилконебезпечних місць у редагованих текстах, їх типологія, що оснащує майбутнього редактора методами, прийомами аналізу тексту та редагування; доволі успішна спроба структуризації суржику: з глибокою диференціацією лексичних кальок, морфологічних дериватів, запозичених і спотворених фразеологізмів, синтаксичних конструкцій. З такою докладністю й аналітичністю явище

суржику з редакторського погляду в нашій літературі ще не висвітлювалося» (З рецензії на посібник).

А для чого вона потрібна – ця система й ця типологія? Адже можна сказати, що системою є мовна норма. От і дивись системно, щоб ця норма не була порушена. Та будь-який грамотний читач усе це бачить!

Бачить то бачить, та далеко не все. Все має бачити редактор.

У редакторській справі – інше бачення, інша психологія, інша інтуїція, ніж у читача. Досвідчений редактор і читає текст інакше, ніж масовий читач, і по-іншому на нього дивиться. Головне – він має особливий зір (чи, часто кажуть, нюх) на помилки. Він розгортає недомовлені фрагменти і, з аналітичною метою, навпаки, згортає багатослівні конструкції, щоб перевірити логіку думки. Він насторожується у так званих помилконебезпечних місцях. Бо він знає стан наших публікацій, нашого авторського мовлення. Знає найбільш повторювані помилки. Але понад те – він, як правило, людина глибоко компетентна що в тій мовній нормі, що в тенденціях її розвитку, в історичних та сучасних актуальних аспектах. Він бачить мову як живий організм, який і зростає, і хворіє. Він у курсі сьогочасних мовних дискусій, які визначають шляхи подальшого розвитку мови. І от ця система бачення рухливості мови, зміщень у ній у редактора складається роками й десятиріччями. Вона й є, по суті, його ексклюзивною (може навіть інтимною – тобто тільки для себе) типологією помилок. Одначе, на жаль, мало хто викладає це на папері.

Тут ми й маємо розгортку фахової компетентності редактора, отже й компетентності мовної. Щоб молоді редактори півжиття не билися, як риба в сітці, і тільки потім виривалися на живу воду майстерності, треба вже з університетської лави дати їм систему того редакторського бачення, зарядити їх досвідом майстрів редакторської справи. Треба дати їм у руки ту, бачену кращими редакторами систему, типологію помилок з їх характеристиками, описом причин з'яви і, головне, – методів, прийомів і підходів до «лікування» девіативних текстів.

Отже, «для чого» існує дисципліна «Типологія помилок»?

Перше. Функція типології помилок (як університетської дисципліни) якраз і полягає в тому, щоб розгорнути перед студентом (майбутнім редактором, видавцем та й педагогом) систему помилконебезпечних місць у редагованих текстах, у мовному потоці. Бачення цієї системи вже є найпершим і ефективним інструментом редактора.

Друге. Метод дисципліни – зосередження уваги редактора не на випадкових, а на найбільш поширених помилках. Тому в основу аналізу кладеться, великий масив девіативних фрагментів – в основі понад 10 тисяч. Студенти приносять на заняття свої спостереження за сьогоденними публікаціями (за рік ще набирається по кількасот). Крім того, потрібно постійно формувати «рейтинги» помилок. Таке зосередження на поточній (а отже, й актуальній) мовній ситуації сприяє підвищенню ефективності навчання.

Третє. Історичний зріз, генеза помилок.

Дуже важливо в пропонованому курсі простежувати генезис помилок, левова частка яких – це русизми (росіянізми) і російські кальки. Звідки це пішло? Із започаткованої 1933 року політики лінгвоциду. На практиці це вилилося в заходи з «наближення» української мови до російської, з добору в словники лексем, «однозвучних» з російськими і «рівнозначних» їм. Зрозуміло, що при цьому підході всю самотню українську лексику кваліфікували як штучно створену [9, 11], а її носіїв – «націоналістичними шкідниками на мовному фронті» [9, 113].

Таким чином словники стали насичувати тисячами русизмів і кальок. Не без прикрасі та іронії академік Агатангел Кримський називав ті словники «російсько-російськими». Але їх мушили брати на озброєння вчителі, журналісти і запроваджувати в мовлення учнів, студентів. Так виник масовий спосіб компонування дивної говірки через калькування російських слів, фразеологізмів і синтаксичних конструкцій, який і призвів нас до сумнозвісного суржику. Ясно, що така понівечена мова, й справді, не могла конкурувати з російською.

Якщо вслухатися в сучасну суржикову манеру мовлення – і не тільки на вулиці чи на ринку, а й у Верховній Раді, у виступах державних мужів, коментарях деяких телевізійників, – ми й сьогодні побачимо результат сталінсько-постишівської «перебудови української мови». Мовці стали такими собі «копіювальниками-автоматниками»: думає «принял участие» – каже «прийняв участь» (неясно тільки, куди він її прийняв), має на думці «на протяженіи» – каже «на протязі» (тобто «на сквозняке»); хоче українізувати «по свидетельству очевидцев», а з «Калашникова» строчить «за свідоцтвом очебачців»...

Ці «автоматники» – продукт того «наближення української мови до російської». І редактор добре бачить механіку цього мовного каліцтва, цієї хвороби мови. Читач буде сумніватися – а може так і треба. А редактор нічого не пропустить.

Проблемі боротьби з суржилом (його структурування і способів редагування) автор присвятив окремий посібник [4].

Таким чином, можемо метафорично означити основну функцію типології помилок: це – функціональна діагностика для ураженої (хворої) мови. Рентген... УЗД... Аналіз крові... Автор думав, що це тільки йому спала на думку ця метафора. Доки не наткнувся на вислів Ліни Костенко щодо суржику – про патологічні мутації в українській мові і про те, що «потрібна їхня діагностика і лікування». Тим більше це свідчить про слушність уподібнення.

А що ж рекомендується для «лікування»?

Найнагальнішими завданнями редактора нині є:

1) Розуміти політичну загостреність мовної ситуації, бачити причини явища девіативного мовлення у нас, в Україні; бути зірким в усьому, що стосується процесів, які відбуваються в суспільстві і мові, розуміти політичну підоснову ситуації. Не піддаватися фарисейським підхвалюванням українців, що нібито вони мовно толерантні люди, що й виродок-суржик – це сучасна

новомова, яка свідчить про розвиток самої української мови; що їхнім великим надбанням є двомовність (тільки чомусь тієї двомовності не можуть осягти не тільки значна частина звичайних російськомовних громадяни, а й владці та чиновники, хоч їх зобов'язує знати державну мову Конституція країни). Ми маємо виховувати мовну стійкість українців.

2) Слід навчитися працювати зі словниками, виробити до них аналітичне, критичне ставлення і мати свою позицію щодо процесів, які відбуваються в українській лексикографії.

3) Треба повертати до життя всі багатства української мови, випалені в ній політикою лінгвоциду. Адже наведене вище – це лише те, що лежить на поверхні. Тим часом є цілі пласти відмерлих мовних явищ, які потребують реконструкції.

Завдяки чому можлива мобілізація багатючих ресурсів української мови? Це:

- синонімічні ряди: тут важливо одірватися від однокореневих російських слів (щоправда, стежити за тим, щоб не викинути з української мови тих слів, які з неї запозичили росіяни – під впливом психологічної помилки «боязнь русизму»);
- живомовна українська фразеологія (і недопущення блідих «копій» з російської);
- рідні (питомі) особливості своєї мови.

Нам конче необхідно:

- засвоїти систему процесових понять;
- знати й розуміти структуру суржику – виразно /стало/ бачити її; тотально витруювати суржик; до речі, й непримиренно протистояти потворенню української мови, її тарапунькізації – чи сердючуванню.

Тут важливою є психологічна стійкість редактора. Він має бути переконаним у великій цінності нашої мови. В ситуації, коли різко посилюються кампанії дискредитації нашої мови – що вона меншовартісна, хуторянська, що нею не можна послуговуватися в серйозних комунікативних сферах – науці, техніці, філософії, літургії, що вона вторинна (діалект російської, зіпсований польськими впливами), а головне – що вона прогнала у «вільній конкуренції» з російською, дуже важливо аргументовано показати все багатство української мови, її давність, милозвучність, точність і стислість – і безпідставність тих обмов української мови, інсинуацій навколо неї. Тому важливо знаходити час для цієї роботи, хоч у програмі дисципліни це не закладено.

Українська мова – багата й виразна, закорінена в прадавню історію.

Вона природна, милозвучна. У неї багатючі, ясні, щедрі лексика і фразеологія, розвинуті словоформи, гармонійна логічно-синтаксична структура. Вона ввібрала в себе весь багатовіковий життєвий досвід народу.

Беручись до редагування, до проблем боротьби з суржиком, філолог-педагог, журналіст, редактор має усвідомлювати, яку величезну духовну цінність ми боронимо від нівечення й наплюження... Яку тяжку працю беремо на себе. Тут справді треба втілитися в Геракла, якому належить вичистити

велетенські занедбані мовні стайні. Повернути мові всю її оригінальність, самодостатність, незалежність.

І то без розрахунку на велику плату, а з покликання захистити найвищу цінність свою і свого народу.

Тож для чого потрібна «Типологія помилок»?

Вона є додатковим потужним стимулом для прориву кожного студента (не лише журналіста й редактора) до осягнення мови як своєї інтелектуальної і професійної сутності.

Це має підвищити мовну компетентність редактора (журналіста, педагога), допомогти виробити свідоме сприйняття процесів, що відбуваються в живій мові, сприяти становленню дійового типу особистості, яка, знаючи ці процеси, стає не байдужим споживачем готових форм мови, а активним творцем мовної дійсності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної девіатології / Ф.С. Бацевич. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 236 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф.С. Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.
3. Капелюшний А.О. Стилїстика й редагування. Практичний словник-довідник журналіста / А.О. Капелюшний. – Л. : ПАІС, 2002. – 576 с.
4. Куляс П.П. Система – проти автоматизму суржику : редакторський погляд : навч. пос. / П.П. Куляс. – К. – Кіровоград, 2009. – 180 с.
5. Куляс П.П. Типологія помилок у корекційних таблицях : навч. пос. / П.П. Куляс. – К. : НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2011. – 168 с.
6. Леонтьев А.А. Некоторые проблемы обучения рус. языку как иностр-му (Психолінгв. очерки). – М. : МГУ, 1970. – С. 15
7. Партико З.В. Загальне редагування: нормативні основи : навч. посібник / З.В. Партико. – Л. : Афіша, 2004. – 416 с.
8. Руда О.Г. Комунікативні девіації в умовах українсько-російського білінгвізму : монографія / О.Г. Руда – К., 2009. – 196 с.
9. Українська мова в ХХ ст.: історія лінгвоциду / За ред. Л. Масенко. – К. : ВД НаукМА, 2005. – 399 с.

Kulas P. Errors language as a tool for research

In the article the term «phenomenon mistakes» and «classification errors», described their importance in practice editors science of editing discipline «Typology of mistakes».

Keywords: *editing error, deviation, causes errors typology (classification) errors.*

УДК 070.41:81'255

О.В. ХАРЧУК
канд. філол. наук

РОБОТА РЕДАКТОРА НАД ПЕРЕКЛАДОМ

Розглянуто проблеми редагування перекладної художньої і навчальної літератури, завдання редактора у роботі над текстом перекладу, співпраця редактора з перекладачем.

Ключові слова: переклад, редактор перекладу, художній переклад, переклад навчальної літератури.

Читати поганий переклад доброго твору – все одно що насолоджуватися прекрасними краєвидами, заваленими купами сміття.

Катерина Ботанова [2,19]

Перекладна книга... Коли вона з'явилася на етнічних українських землях і чому? Відповідати на це запитання водночас просто і непросто. Просто, бо відомий факт, що з періоду так званої сакральної книги (розпочався з X століття) бібліотеки головних соборів Києва Десятинного і Софійського мали велику кількість книг грецьких і латинських, з яких здійснювалися переклади [5, 176; 17,188]. На сьогодні в науковій літературі висловлюються думки, що про український художній переклад можна говорити з «епохи бронзи, тобто III – II тис. до н. е.» [10,5]. Однак це лише припущення, бо писемних пам'яток цієї доби немає. А вже з XI ст. «на Русі у великій кількості з'являється перекладна література. Як на початковий етап входження країни в сферу впливу нової релігії її перелік доволі довгий» [17, 41].

Сьогодні уявити культурне життя України без перекладної книги неможливо. «Переклади збагачують не лише цільову літературу, а й загальну скарбницю світової літератури. А світова література є не лише сумою найкращого з національних письменств. Це – нова якість, що виникає завдяки свідомому обміну культурними цінностями між народами» [6, 7]. Відомий дослідник художнього перекладу М. Стріха, відзначаючи важливість перекладів світової літератури українською мовою, звернув увагу, серед інших, на важливу проблему сьогодення: «...в незалежній Україні вже нікому наче й немає потреби доводити природність появи по-українському Данте чи Шекспіра. (Інша річ, що Данте й Шекспіром сьогодні взагалі майже не цікавляться – ні по-українськи, ні по-російському, ні в оригіналі...)» [15, 313]. Знаю, що таку нецікавість до перекладів світової літератури ми вже долаємо.

Складний шлях пройшло перекладознавство від свого зародження і аж до середини XX ст., саме часу, коли після другої світової війни завдяки М.Т. Рильському почала створюватися школа українського перекладу, а після його смерті Г.П. Кочур став «неформальним лідером неформальної школи українського перекладу» [15, 255], яка неодмінно асоціюється з іменами тих самих М. Рильського і Г. Кочура, В. Мисика, В. Іванова, М. Лукаша, Бориса Тена, Ю. Лісняка, В. Митрофанова, А. Содомори, Д. Паламарчука, М. Новикової, С. Стріхи та ін.

Редагування перекладу – справа складна, вона вимагає глибоких знань загальної теорії редагування, а також знань, пов'язаних з теорією і практикою перекладу.

Яким же повинен бути редактор перекладу, що він має знати, наскільки об'єктивно може оцінити якість перекладу і що зробити (якщо це потрібно) для його поліпшення?

Якби можна було дати однозначні відповіді на такі запитання, все було б надто просто... Редагування – творчий процес, тому легких шляхів годі шукати. Це зовсім не означає, що недосвідченого редактора перекладу кинули у вир роботи і нехай виборсується сам. Теоретична озброєність редактора і відпрацьована практика редагування – важлива складова успіху. А ще правильний вибір тексту для редагування; чітке уявлення про епоху, в якій жив і творив автор; досконале знання мови, на яку перекладено твір; співпраця з перекладачем, розуміння його творчого почерку і, можливо, співпраця з автором.

Уже стали підручковими шість запитань, що їх виклав у середині ХХ ст. англійський теоретик перекладу Теодор Сейворі. Ці запитання має ставити собі перекладач і намагатися давати відповіді на них щоразу перед початком і під час роботи над перекладом. Хотілося б, щоб і редактор замислювався над цими запитаннями та мав на них переконливу відповідь. Це такі запитання, як:

1. Що головніше в перекладі: слова чи думки першотвору?
2. Переклад має читатися як оригінал чи як переклад?
3. Що має відтворювати переклад: стиль оригіналу чи стиль перекладача?
4. Який твір має представити перекладач: сучасний оригіналові чи сучасний перекладачеві?
5. Чи припустимі в перекладі додатки й пропуски?
6. Яким має бути переклад поезії: прозовий чи поетичний? [13].

Спробуємо далі відповісти на ці запитання. Якість редагування перекладу великою мірою залежить від того, наскільки якісно зроблено сам переклад, редагувати погані переклади надзвичайно важко та й, очевидно, немає сенсу. Відомий англійський перекладач Віра Річ в інтерв'ю журналові «Сучасність» сказала: «Перекладач мусить мати здатність ховати себе в перекладі, не виставляти свої слова, свої думки тощо. Переклад – це вікно, крізь яке мусить сяяти світло твору-оригіналу. І це віконце має бути створене з найчистішого у світі скла» [12, 62]. Може постати закономірне запитання: а що ж тоді робити редакторові, коли переклад хороший? Можливо, і редактор не потрібний? Відповідь знайдено у тієї ж Віри Річ: «Переклад для мене асоціюється зі словами “передача, трансмісія, перенесення”. Це перехід променя світла крізь гранульовану склянку, це перенесення радіохвильового сигналу, причому сам сигнал треба підсилити, а всі “шуми” зменшити, наскільки це можливо»... [12, 63]. Ось таке завдання ліквідувати «шуми» і підсилювати сигнали має ставити перед собою редактор. Редактор потрібен всім – і молодим, недосвідченим, і досвідченим перекладачам, адже саме редактор часто може бути генератором творчості перекладача, коли під час спільної роботи зверне його увагу на якусь неточність, незрозумілість або прикру помилку. «Насправді, я можу вас у цьому запевнити, жодний переклад не можна бути

досконалим. Проте я відкрила для себе те, що в багатьох випадках його можна дуже сильно наблизити до оригіналу» [12, 57-58].

Розумні, талановиті перекладачі дослухаються до порад редактора, адже коректне зауваження викликає бажання поміркувати, зважити варіанти, доопрацювати. Наслідком такої творчої енергії перекладача, народженої у співпраці з редактором, постає новий, більш точний і красивий варіант. Не можна доручати редагувати переклад редакторові, якщо не доведено, що він знає мову твору-оригіналу не гірше (а можливо, і краще) від перекладача. Адже якісним переклад буде лише тоді, коли перекладач не вдаватиметься до творчого перероблення окремих фрагментів або й усього авторського тексту. Проте знати мову твору-оригіналу зовсім не означає для редактора бути фахівцем високого класу. Дуже важливо – знати українську мову, тобто мову, на яку переклад зроблено. Це знання не може обмежуватися правилами написання і пунктуації, доцільним слововживанням і вмінням побудувати речення. Лише активне володіння мовою, знання редактором її стилістики, художніх засобів вираження – запорука успіху в роботі.

Не завжди редактор може запропонувати потрібний варіант (та від нього цього ніхто і не вимагає), величезна заслуга редактора в тому, що він побачив слабке місце, звернув на нього увагу перекладача. Часто такі зауваження допомагають перекладачеві вдосконалити текст краще, ніж однозначний варіант, категорично запропонований самовпевненим редактором. Редактор перекладу – вдумливий і доброзичливий помічник перекладача, він з повагою ставиться до його праці і щиро хоче, щоб читач оцінив її якнайкраще.

З чого ж починати редакторів роботу над перекладом? Насамперед редактор має прочитати увесь текст перекладу. Саме редактор – перший вдумливий читач перекладу і перший його рецензент. Який переклад тримає редактор? Чи відтворює він ідейно-стилістичну своєрідність авторського тексту? А прояви індивідуальної стилістично манери перекладача? Чи не суперечать вони індивідуально-авторському стилю, епосі і подіям, що їх описує автор? На цьому етапі редактор має спланувати і, можливо, спрогнозувати свою подальшу роботу. І тільки тоді, коли між редактором і перекладачем досягнуте взаєморозуміння (або мовчазне, або навіть у серйозних суперечках і сумнівах), редактор переходить до другого етапу роботи над перекладом – безпосереднього редагування. Дослідники зазначають, що на сьогодні редагування перекладів та співпраця перекладача і редактора – проблема важлива і наболіла, так само, як і редагування оригінальної літератури та співпраця автора і редактора. Взаєморозуміння перекладача і редактора – запорука успіху.

Яку методику редагування обере редактор – відразу виправляти ручкою чи працювати олівцем – не важливо, бо вся увага має бути спрямована: 1) на вдосконалення, на творчість, на захист авторського слова і авторського стилю; 2) на адекватне сприйняття тексту українським читачем; 3) на цілковите відтворення країни, епохи і подій, описаних автором; 4) на дотримання творчої манери перекладача. Редактор – помічник, порадник, але в жодному разі він не

заступає собою перекладача, кожен з них виконує свою роботу. Робота редактора складна і багатоаспектна, адже він має реагувати на пропуски в тексті або зайві слова, на неправильно переданий зміст оригіналу тощо.

Загальна методика редагування перекладу характерна для усіх видів і жанрів літератури, проте художній текст порівняно з науковим матиме свої особливості редагування; ще інші підходи до редагування перекладів офіційних видань, навчальної літератури, нормативно-правових актів, довідкових та ін. текстів: «дивним, навіть неприродним було б, якби у тому неосяжному діапазоні перекладач однаково міг перевтілюватися – віддавати почуттєвий світ найрізноманітніших авторів. Не будь-яку музику з однаковим натхненням інтерпретує виконавець, не всі ролі – актор, не всі твори – перекладач, як і не всі теми опрацьовує автор. У кожного є те, що йому “підходить”, що відповідає його вдачі; тут, якщо мовою Сковороди, потрібна “сродність” – хто до чого народився» [16, 207]. Додамо до цього, що не будь-які тексти перекладної літератури однаково кваліфіковано може редагувати редактор. Тут теж має значення «сродність».

Так, редагування *перекладів художніх творів* – складна справа і посильна не кожному редакторові.

Щоб дослідити історію художнього перекладу, на переконання Р. Зорівчак, потрібно здійснити чітку класифікацію перекладацьких жанрів. Такі перекладознавці, як зокрема О.І. Чередниченко, В.Д. Радчук, П.О. Бех, О.В. Дзера, розробляли жанрову теорію перекладу. Згідно з теорією полісистеми О.В. Дзери, важливою є не тільки відповідність перекладу оригіналові, а й функціонування перекладного тексту в умовах культури-сприймача та співвідношення з цілим комплексом її оригінальних і перекладних творів. В.Н. Комісаров вважає, що адекватний переклад повинен відповідати загальноприйнятій нормі перекладу, тобто кожна літературна епоха кожної нації відпрацьовує, а згодом переглядає свої критерії адекватності / неадекватності.

Оцінювати значення перекладу редактор має не з позицій сьогодення, а з позицій відповідного історичного періоду в розвитку народу, в розвитку його культури, літератури, мови, освіти, історії, законодавчої бази тощо.

На сьогодні маємо різні підходи до теорії, історії, практики перекладу: теорія В.Н. Комісарова, культурологічна теорія інтерпретації художнього перекладу Г.В. Чернова, теорія тотального перекладу П.П. Торопа, теорія полісистеми П. Турі та І. Івена-Зогара, теорія та історія перекладу Р. Зорівчак та ін. Чи повинен знати усе це редактор? Для редактора високого класу, професіонала таке питання риторичне. А як редакторові-початківцю досягти вершин знання? Відповідь лише одна – потрібно мати велике бажання бути майстром, і тоді секрети редакторської майстерності поступово відкриватимуться. Ось як про один конкретний момент роботи над перекладом А.П. Чехова говорив незабутній Б. Антоненко-Давидович:

«Щоб перекласти такого письменника, як Чехов, зберігши в українському тексті його лагідний гумор, журну усмішку, тонку іронію і глибокий підтекст,

треба використати все багатство української мови, а для цього, очевидно, треба бути насамперед добре обізнаним з ним.

Перекладаючи “Палату № 6” А.П. Чехова, яка потім багато разів перевидавалася в моєму перекладі, я несподівано наскочив на одну серйозну перешкоду. Трапилась мені в російському оригіналі широко відома в дореволюційній Росії приказка: “От сумы да от тюрьмы не зарекайся”. Я кинувся шукати відповідника по словниках, фольклорних збірниках, етнографічних записках, але ніде нічого підхожого не знайшов. Цю приказку створили специфічні умови поміщицько-купецько-поліцейської Росії, де кожна чесна людина не була гарантована від наслідків здириства й сваволі можновладців. Що робити? Перекласти дослівно: від торби та від тюрми не зарікайся? Не звучить! Довго я мучився над цією простою приказкою, відповідної якій не створив український народ, дарма що був під одним пресом Російської імперії разом з братній російським народом. Я не дав собі іншої ради, як штучно створити нову українську приказку. Але треба було зробити так, щоб ця штучність відчувалась би щонайменше, щоб нова приказка була складена в дусі наших народних приказок. Прикинувши в пам’яті все, що я знав з нашого фольклору, я написав: «Жебрачої долі та арештантської неволі не зарікайся». Либонь, зазвучало нарешті?.. Принаймні *редакторат* (виділення наше – О.Х.) збірки перекладів творів Чехова схвалив цю приказку» [1].

Такий влучний переклад приказки Б. Антоненка-Давидовича – результат творчих шукань. Редагування перекладу – це також творчий пошук, результатом якого має стати якнайкраще донесення тексту-оригіналу до читача, вміння максимально зберегти смислову інформацію. Тож над цим і працює редактор (разом з перекладачем, можливо, і з автором).

Часто ринок диктує свої вимоги видавцям, вони змушені відмовлятися від редактора перекладу, оскільки це здорожчує видання, уповільнює його підготовку, а тому маємо ситуацію, коли «переклади робляться гарячково, за кілька місяців, і питання якості має схильність розчинитися у питанні змагання з часом» [6, 7]. Відсутність кваліфікованого (а почасти просто будь-якого) редактора в книзі неодмінно позначається на якості видання... Редактор, незважаючи на всі заперечення окремих авторів і перекладачів, потрібен, оскільки великою мірою від нього часто залежить високий рівень видання. Прикладів помилок у перекладах досить багато. Такі переклади, а отже, і самі книжки називають мертвими [2, 19]. Богдана Матіяш, аналізуючи роман Фредерика Бегбедера «Windows on the World», присвячений трагедії веж-близнюків, пише: «...мені нітрохи не імпонують мало не кафкіанське перетворення на жінку згадуваного у книжці Езри Павнда (перекладач сміливо пише про нього в жіночому роді) або алюзія на Селінджерового «Ловця в житті», передана як “ловець в іржі”» [9, 19]. Переконана, не міг не знати перекладач відомого американсько поета, перекладача Езру Паунда (Павнда), прикра помилка трапилася, можливо, через неуважність або через відсутність редактора-фахівця. Думаю, якби був такий редактор, то й «Ловець у житті» (інший переклад назви твору Джерома Д. Селінджера «Над прірвою в житті» не

став би «Ловцем в іржі». Трапляються ситуації, коли перекладач добре знає мову оригіналу, проте не знає так, як належить, мови української. Тоді редакторів доводиться виправляти недолугу лексику, синтаксис, а часто навіть переписувати частини тексту, бо «незнання мови, на яку перекладаєш, виключає всяку можливість успіху, навіть при бездоганному володінні мовою оригіналу» [15, 299]. Очевидно, що такі перекладачі забувають про свою відповідальність і перекладають роботу на редактора (він, редактор, нехай доопрацює). З другого боку, трапляються перекладачі самовпевнені у своєму професіоналізмі, вони безпідставно вважають, що їм редактор не потрібний, що роботу ніхто краще виконати не може. Практика показує, що це далеко не завжди так. Та найбільша біда наших видавництв – відсутність професійного редактора, хоча його прізвище і зазначають у книзі.

Після виходу українського перекладу роману одного з найвідоміших письменників нашого часу лауреата Нобелівської премії Орхана Памука «Сніг» у пресі з'явилися статті, в яких досить гостро критикувався переклад твору, зауважувалося саме на тому, що перекладач не відчуває мови і стилю оригіналу, погано орієнтується в турецькій дійсності та історії і багато іншого. Нема де правди діти, переклад насичений русизмами і помилками, стилістичними невірностями, нерозумінням значення окремих українських слів (для розуміння цього зовсім не обов'язково знати турецьку мову, досить знати українську), про що чимало написано в критичних статтях. Відзначимо на додаток до аналізованих, наприклад, ще й такі: 1. «*Навіть не обзиваючись одне до одного, налякані пасажири розглядали заметені снігом вулиці злидених містечок...*» [11, 7]. 2. «*Та темрява, яка привертала очі до снігу за вікном, огортала мозок тишею сніжинок, ніби якось тюль, – ані голова, ані пам'ять більше не сприймали оповідей про вбогість та злидні*». [11, 16]. 3. «*На постерах, що висіли позаду них, Ататюрк нагадував про значення залізничної дороги. А влада намагалася залякати дівчат, що збиралися покінчити життя самогубством*» [11, 92]. 4. «*Іншими словами, ти стверджуєш, що в душі все одно любите бідолашну, на якій за скоєне лежить прокляття ісламу?*» [11, 125]. 5. «*...інколи він проходився по секс-шопам і заглядав у тісні кімнатки...*» [11, 284] 6. «*...основну роль у театрі гратимуть не їхні слова, а те, що вони покажуть глядачеві*» [11, 386]. 7. «*Ка був радий, що спекався Ладжіверта, однак відразу після їхньої зустрічі відчув, що його з ним поєднують якісь прокляті узи*» [11, 392] та ін. Шкода, що сприймання читачем цього надзвичайно цікавого твору порушується прикрими невірностями і помилками. Адже, здається, так просто написати правильно: *один до одного, якийсь тюль, залізниця, інакше кажучи, секс-шопами або по секс-шопах, відіграватимуть, пуга*. Редактор у виданні не зазначений, а він був би не зайвим.

А ось приклад добре оформленого окремого видання – дитячої казки. Коментарі зайві, бо помилок багато і більшість із них – суцільні кальки з російської мови. Є в тексті і дивні «новотвори», і невідповідність реаліям життя

тощо. У виданні зазначені автор і перекладач, проте читати таку казку дитині не можна. Виникає запитання: кому потрібні такі книжки?!

Бридке каченя

Біля води під лопухами на яйцях сиділа качка. Якось чудового ранку яєчні шкаралупи затріскотіли і з'явилися жовтенькі каченята. А одна яйце, що скидалося на яйце индика, залишилося цілим. Але ось і воно розколалося.

«Пі! пі-і!» – і з'явилася величезне пташеня.

– Страх який великий! – промовила качка, оглянувши його. І зовсім не скидається на останніх.

На другий день качка узялася вести своїх дітей на пташиний двір. Що тут був за гомін і галас!

Мешканці двору зразу не влюбили велике і чудернацьке каченя. Качки клювали його, кури щипали, усі надсміхалися.

Не витримало каченя, пробігло через двір і пустилося навтіки. Довго бігло каченя, поки на опинилося на болоті, де жили дикі качки.

Раптом заgrimіли постріли. Болото зо всіх боків охонили мисливці, звідусіль чулося собаче гавкання. І каченя пожалкувало, що покинуло пташиний двір. Перелякане у смерть, воно хотіло було сховати голову під крило, як перед ним з'явилася мисливська собака. Вона подивилася на бридке каченя і... зeszла в очереті.

«Навіть собаці противно вкусити мене!» – подумало каченя, переводячи дух.

Тільки ввечері стрілянина вщухла і воно вибралося із болота.

Ближче до ночі каченя добігло до бідної хатинки. Крізь щілину в двері воно прослизнуло всередину. Тут жила бабуся з котом і курицею. Каченяті дали притулок, але воно все сумувало. Йому страшенно хотілося поплавати, пониряти, та кіт з курицею цього не розуміли. І тоді каченя пішло...

Воно оселилося на озері, хоча тут усі, як і раніше, зневажали його за бридкість. Так пройшла зима, скоро знову пригріло сонечно, прийшла весна, і все навкруги розцвіло. Вирісло і бридке каченя.

Якось воно побачило красуней-лебідей. Каченя пливло їм назустріч і раптом, помітивши своє відображення у прозорій воді, зрозуміло, що із бридкого каченя воно перетворилося в прекрасного білого лебідя! Дорослі лебіді підпливли до нього поближче і з захопленням схилили голови.

Чи могло каченя мріяти про таке раніше? Він був щасливим, але ніскільки не загордився – добре серце не знає гордині. [3].

Редагування перекладів навчальної літератури ставить перед редактором особливе завдання – вивірити все. Підручник – авторитетне для учня видання, він запам'ятовує лексику підручника, збагачується знанням значень нових слів, використовує їх у своєму мовленні. Та не завжди підручник – зразок для наслідування:

«Адже тут що головне: тут не скупість, не скаредність головне, а тон усього цього» [7, 70]. Російська лексема «скаредность» перекладається українською мовою як «скнарість». Або: «У ній вивчається напрочуд різноманітний тваринний світ: від корів, які ремигають на пасовищах, до електричних вугрів, що іскряться в Амазонці [7, 6]. Очевидно, що перекладено неправильно, бо на пасовищах не ремигають, а наповнюють шлунок. Ремигають згодом, коли шлунок переповнений [14, VIII, 501]. Розумію, що

помилка вкралася від неувважності або від небажання перевірити значення слова.

У передмові до книги «Сучасний вступ до міжнародного права» написано: «Але я б волав (виділення наше – О.Х.) засвідчити свою глибоку повагу до Майкла Ейкхерста, який зробив великий внесок у навчання міжнародному праву та його вивчення завдяки також багатьом чудовим публікаціям, які він написав, і який у збірнику есе, присвяченому його пам'яті, був названий своїми британськими колегами „одним з найобдарованіших фахівців з міжнародного права свого покоління”». І далі, один з розділів видання називається: «Безпідставна затримка і неналежна поведінка потерплого (виділення наше – О.Х.) чужинця», де сказано:

«Позов відхилятиметься, якщо держава-позивач подає його із безпідставною затримкою. Далі, іноді доводять, що держава не може подавати позов від імені потерплого (виділення наше – О.Х.) громадянина, якщо він потерпає внаслідок залучення до неналежної діяльності – або, як то пишнobarвно кажуть, „якщо його руки не чисті”. Це, певно, є слушним, але лише за умови, що школа, яку потерпає громадянин (виділення наше – О.Х.), приблизно відповідає неналежності його дій».

А в розділі «Наслідки міжнародно-правової дії» подано таке термінологічне сполучення, як потерпла держава:

«Якщо встановлено, що держава вчинила міжнародно-протиправну дію, це призводить до її відповідальності за міжнародним правом. Певні правові наслідки, спричинені цією відповідальністю, Комісія міжнародного права намагається кодифікувати в частині 2 Проекту статей про відповідальність держав, де йдеться про “зміст, форми та ступені міжнародної відповідальності”. Проект статті 5 містить визначення терміну “потерпла держава” (виділення наше – О.Х.), право якої порушено міжнародно-протиправною дією іншої держави. У разі міжнародного “злочину” у значенні проекту статті 19 (на відміну від звичайного “делікту”, правопорушення) визначення поширюється не лише на безпосередньо потерплу державу, а включає й “усі інші держави”» [8, 372-373].

У передмові до книги «Сучасний вступ до міжнародного права» М. Ейкхерста сказано, що вона вперше була надрукована 1970 року, витримала шість видань, перекладена на багато мов світу і стала класикою серед підручників для студентів факультетів права та політології. Потреба у перевиданні підручника продиктована численними новими змінами у міжнародному праві та міжнародних відносинах. [8, 15]. Тим більше прикро, що така цінна книга має багато помилок (наведене – лише крапля з усієї їх кількості).

Зрозуміло, що дієслово *волати* (кричати, голосно кликати) подано замість *воліти* (бажати, хотіти). [14, I, 726-727]. А ось словосполучення *потерплий чужинець, потерпла держава* утворено неправильно, оскільки дієприкметник *потерплий* має значення «той, що втратив чутливість, здатність вільно рухатися (про руки, ноги і т. ін.)» [14, VII, 405]. В юридичній енциклопедії знаходимо

дієприкметник *потерпілий*, що означає особу, якій заподіяно моральну, фізичну або майнову шкоду [18, 699]. Словосполучення «шкода, яку потерпає громадянин» має бути подано як «шкода, якої зазнає громадянин» (хоча можливі й інші варіанти). Зроблені виправлення – не нові терміни юридичної науки, такою було їх нормативне вживання і в 70-і роки, і наприкінці минулого століття, коли виходив друком переклад підручника, так маємо і сьогодні.

Українська літературна мова – одна з найкращих мов світу. Хочеться, щоб розуміли це не лише у розвинених країнах за межами нашої держави, а й усі ми у себе вдома.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антоненко-Давидович Б. Тонни і грам // Центральний державний архів-музей літератури і мистецтв України, Фонд № 159, опис 1, справа 35).
2. Ботанова К. Книжка, якої не існує. – Дзеркало тижня, № 3 (632) 27 січня 2007 року. – С. 19.
3. Бридке каченя. – Изд-во «Проф-Пресс, Ростов-на Дону, 2000.
4. Ейлін Ганн, американська письменниця і літературний редактор, володарка премії «Неб'юла -2005». – Дзеркало тижня. – 2006. – № 34 (613) 9 вересня. – С. 19.
5. Запаско Я. «Доброписці тоді славні були». Нариси з історії українського рукописного мистецтва / Я.Запаско. – Львів : Афіша, 2003. – 176 с.
6. Зорівчак Р. Український художній переклад як націєтворчий чинник. – Літературна Україна, 13 січня 2005 року. – С. 7.
7. Зарубіжна література : хрестоматія, 10 клас / укладач Гром'як Р.Т., Дзик А.П., Зілевич Л.С., Ковальова Л.Л., Чуловський Б.С. – Тернопіль : Астон, 2001. – 352 с.
8. Маланчук Пітер. Вступ до міжнародного права за Ейкхерстом / Пітер Маланчук. – Х.: 2000. - с.
9. Матіяш Богдана. Відбиток однієї катастрофи // Дзеркало тижня, № 32 (611) 26 серпня 2006 року. – С.19
10. Москаленко М. Тисячоліття: переклад у державі слова // Тисячоліття. Поетичний переклад України-Русі / М.Москаленко. – К. : Дніпро, 1995.
11. Памук О. Сніг : роман / Переклад з турецької О.Б. Кульчицького. – Харків : Фоліо, 2006. – 479 с.
12. Переклад для мене – це наче дзеркало. Інтерв'ю з Вірою Річ // Сучасність. - № 2, 2006. – С. 57-64.
13. Savory T. The art of translation / T. Savory. – London, 1957.
14. Словник української мови в 11 томах. – К. : Наукова думка, 1970-1980.
15. Стріха М. Український художній переклад: між літературою і націєтворенням / М.Стріха – К. : Факт, 2006. – С. 344.
16. Содомора А. Під чужою тінню : роман-есе / А. Содомора. – Л. : Літопис, 2000. – С.207.
17. Фрис В. Історія кириличної рукописної книги в Україні X-XVIII ст. / В.Фрис. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2003. – 188с.
18. Юридична енциклопедія: в 6-ти т. / Ред. кол.: Ю.С.Шемшученко та ін. – К. : Українська енциклопедія, 2002. – Т. 4. – 720 с.

Kharchuk O. Editor job of translation

Problems editing of translated fiction and textbooks, the task editor to work on text translation, co editor with an interpreter.

Keywords: *translation, translation editor, literary translation, translation of textbooks*

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОГО СТИЛЮ В ЗМІ: НА ЗАМІТКУ РЕДАКТОРОВІ

У статті розглянуто особливості використання елементів офіційно-ділового стилю мовлення в сучасних місцевих газетах; проаналізовано типові помилки, пов'язані з уживанням цього стилю.

Ключові слова: мова ЗМІ, стильова характеристика публікацій ЗМІ, офіційно-діловий стиль мовлення, канцеляризм, штамп, кліше.

Проблеми мови й стилю публікацій ЗМІ постійно привертають увагу науковців. Лінгвісти на матеріалах статей у періодичних виданнях відстежують динаміку розвитку мови на лексичному, фразеологічному, стилістичному, синтаксичному рівнях. Фахівці в галузях журналістикознавства, видавничої справи, редагування вивчають різні аспекти квалілогії текстів сучасної преси. Протягом останніх років у цьому напрямку працюють А. Капелюшний, П. Куляс, А. Мамалига, Л. Мацько, О. Пономарів, О. Сербенська, О. Стишов, М. Тимошик.

Більшість дослідників констатують, що в мовленні сучасних засобів масової інформації простежується загальна тенденція до демократизації публіцистичного стилю, а саме: 1) посилення особистісних рис у мовленні; 2) тяжіння до жаргонізмів, розмовних і просторічних елементів, сленгу; 3) активізація вживання іншомовних слів; 4) підвищена метафоризація, формування нової фразеології; 5) «американізація» мови; 6) вживання великої кількості росіянізмів; 8) зниження рівня культури мовлення.

Однак навіть поверхове ознайомлення з публікаціями нинішніх регіональних ЗМІ свідчить про наявність ще однієї тенденції – надмірність вживання офіційно-ділового стилю в інформаційних повідомленнях. На тлі психологічної відрази до «бюрократичної мови минулого» [4], яке відзначається дослідниками, таке захоплення бюрократичною мовою сьогодення сприймається як парадокс. Відповідно, основна мета цієї публікації – визначити межі застосування й типові девіації, пов'язані з використанням цього стилю в газетах «Хрещатик» (Х), «Вечірній Київ» (ВК), «Вечірня Полтава» (ВП).

Сфера вживання офіційно-ділового стилю мовлення зазвичай чітко обмежена і пов'язана з громадською, діловою, виробничою діяльністю. Будь-яке вкраплення його в текст іншого функціонального призначення сприймається як девіація, канцеляризм. Однак предмет і стилістика інформаційного повідомлення ЗМІ передбачає можливість обмеженого використання саме цього стилю. З цього приводу неодноразово висловлювалися провідні науковці. «Стилїстика... замітки, як правило,

передбачає наявність у викладі загальноживаної лексики, відтінку офіційності в ній, авторської відстороненості» [8, 291], – зазначає М. Тимошик. Так само розмірковують, наприклад, і А. Капелюшний, і А. Приходько: «Конструктивним принципом мовлення в ЗМІ є поєднання експресії та стандарту. Широке застосування мають канцелярські кліше та побутові стереотипи – це найбільш звична й економна форма відображення тематико-ситуативної специфіки ділового та розмовного мовлення» [2, 127]; «краткие газетные сообщения по характеру использования языковых средств приближаются к научно-деловому стилю, обладая чертами фактологичности, документальности в передаче информации» [5, 155].

Однак вживання офіційно-ділового стилю в публіцистиці має бути обґрунтованим і дозованим. Крім того, в межах журналістської публікації він потребує адаптування. Тут важко не погодитися з А.А. Липгарт: «Отличительной особенностью публицистики как функционального стиля является то, что в силу ее содержательной и языковой специфики обсуждение специальных тем в рамках данного стиля неизбежно упрощает понятийный план и переводит дискуссию на более или менее популярный, неспециализированный уровень. Если же этого не происходит, если при наличии некоторой экспрессивности в тексте явно присутствует должным образом переданное специализированное содержание, значит, мы имеем дело с маркированной разновидностью научного или официально-делового стиля, но никак не с публицистикой» [3].

Спершу проаналізуємо найбільш типові випадки використання елементів офіційно-ділового стилю, а потім – помилки, пов'язані з нерозумінням його специфіки.

Неодноразово в науковій літературі вже відзначалося, що розщеплені присудки, а також конструкції «розщеплений присудок + іменник» в тексті газетної публікації сприймаються як канцеляризми. Однак вони доволі поширені: «два нові заклади були відкриті», «понад 23 тисячі киян матимуть можливість отримувати», «проводиться перерахунок надбавки» (Х – 2011 – № 178), «утеплення дає можливість заощадити», «дасть змогу відключити», «рішення сьогодні буде розглянуте депутатами» (ВК – 2011 – № 175). У більшості випадків їх надзвичайно просто замінити без будь-яких інформаційних втрат: «надбавки перераховуються», «заклади відкрилися», «депутати розглянуть».

Стилістичною помилкою в будь-якому творі, окрім текстів офіційних документів, є вживання кількох поспіль іменників. Особливо – при збігові відмінкових закінчень: «внесено подання начальнику... про усунення порушення вимог кримінально-процесуального закону» (ВК – 2011 – № 175 – С. 3). Очевидно, що зрозуміти це повідомлення читачеві було б набагато легше, якби автор чи редактор спростили виклад, усунувши при цьому ще й багатослів'я, адже «порушення вимог закону» – це порушення самого закону. Наприклад: «внесено подання начальнику... Низка рекомендацій, що містяться

в ньому, допоможуть усунути порушення кримінально-процесуального закону».

Часто в текстах газетних публікацій використовуються складні для сприймання, незрозумілі пересічному читачеві слова. Переважно це запозичення: «платниками податку є фізичні та юридичні особи, в тому числі нерезиденти» (ВП – 2012 – №3 – С. 2), «існуючу променаду мають намір реконструювати та в перспективі розширити», «санстанція... здійснюватиме... дератизацію від гризунів, кліщів, комарів...» (ВК – 2011 - № 175); «комунальне підприємство... розробить кошторисну документацію для термосанасії будівель бюджетної сфери», «будівництво об'єкта відбувається способом мікротунелювання тунелепрохідного комплексу», «в лісах не займаються рекреаційною діяльністю» (Х – 2011 – №178). Чи не краще в цих випадках було б знайти українські відповідники: «місце для прогулянок», «знищення гризунів», «утеплення будівель», «діяльність, спрямована на організацію відпочинку людей». Інформація ж про «нерезидентів» чи «мікротунелювання тунелепрохідного комплексу» може бути цікавою лише фахівцям, а не широкому загалу читачів.

Не менш поширені складні речення або речення із великою кількістю підрядних. Так, наприклад, в одній замітці читаємо: «У суді розглядається кримінальна справа щодо двох дільничних інспекторів Святошинського райуправління міліції, які незаконно затримали громадянина, доставили до опорного пункту міліції, де завдали йому тяжких тілесних ушкоджень, внаслідок чого чоловік помер» (ВК – 2011 – № 175 – С. 3). Власне, в газетному повідомленні використано стиль протоколу. «Безперервність зв'язків одного виду», за Р. Г. Іванченком [1, 206], заважає адекватному розумінню тексту, не дозволяє читачеві правильно ранжувати інформаційні фрагменти за значимістю. Відредагуємо подібний приклад. Замість довгих і заплутаних пояснень «новий колектор, який після введення в експлуатацію дозволить відключити насосну станцію, що призведе до економії енергоресурсів і тим самим знизить вартість водовідведення» (Х – 2011 – №178 – С. 2) краще сказати: «новий колектор дозволить відключити насосну станцію, зекономити енергоресурси і знизити вартість водовідведення». Логічна зв'язність також порушується, коли підрядне речення віддаляє означення від означуваного: «У зв'язку з черговим підвищенням прожиткового мінімуму для осіб, які втратили працездатність, з 784 грн до 800 грн з 1 грудня 2011 року буде проведено перерахунок складових пенсійної виплати, розмір яких визначається від цього показника» (Х – 2011 – №178 – С. 1). Краще було б сказати: «Для осіб, які втратили працездатність, прожитковий мінімум підніметься з 784 грн до 800 грн. У зв'язку з цим із 1 грудня 2011 року буде проведено перерахунок складових пенсійної виплати».

Ще одна проблема авторів, які перебувають під впливом стилю опрацьованих ними ділових паперів, – невмотивоване використання сталих висловів, кліше. У переважній більшості випадків такі вислови нічого не означають і призводять до появи ще однієї помилки, багатослів'я: «що

стосується... тріщин, то цей показник теж має виражену тенденцію до зростання» (замість «кількість тріщин збільшується»), «це той чинник, який дається людині природою»; «важливим моментом є режим харчування...», «щодо відпочинку дорослих, то для них облаштовують місця для гри в доміно» (ВК – 2011 – № 175 – С. 14-15); «робота над комп'ютером носила дослідницький характер з метою експериментальної перевірки принципів побудови універсальних цифрових ЕОМ», «якщо говорити про відмінності «Ланоса» з автоматом перед аналогом із МКПП, то змін досить багато» (ВП – 2012 - №3); «опрацювали матеріали щодо діяльності цих господарств, зокрема у частині забезпечення відповідною інфраструктурою місць відпочинку населення в природних умовах» (Х – 2011 – №178 – С. 2). З огляду на численність таких хиб стилю, варто все-таки зайвий раз наголосити: читачеві газети завжди буде приємніше себе усвідомлювати «людиною, яка відпочиває на природі», аніж «населенням із відпочинком в природних умовах».

Перевантаження фактичним матеріалом, доцільність наведення якого досить сумнівна, – порушення інформаційних норм редагування. Автори й редактори мають пам'ятати, що не вся інформація, яка є в звітах певних установ, цікава читачеві. Наприклад: «До початку травня на напрямках прискореного руху Київ – Гребінка та Київ – Коростень – Шепетівка – Здолбунів поїзди зможуть розвивати швидкість до 160 км / год... У минулому році колійники Південно-Західної залізниці відремонтували понад 850 км колії. Зокрема, на напрямках прискореного руху пасажирських поїздів Київ – Гребінка відремонтували понад 156 км, на Київ – Коростень – Шепетівка – Здолбунів – понад 430 км. Вони уклали 248 комплектів нових стрілочних переводів, із яких на напрямках впровадження прискореного руху – 157 комплектів швидкісних стрілочних переводів, що дозволяють здійснювати рух пасажирських поїздів у межах станції зі швидкістю до 140 км/год... Крім того, до початку травня на напрямках прискореного руху Київ – Гребінка та Київ – Коростень – Шепетівка – Здолбунів запланували виконати низку ремонтно-колійних робіт. Відтак на 509,6 км колії поїзд розвиватиме швидкість до 160 км/год» (ВП – 2012 - №3 – С. 3).

Так само бездумно часто наводяться деталізовані переліки (класифікаційні списки), які є власне цитатами, фрагментами законів: «Вони сплачують податок залежно від частки нерухомості, яка належить їм. Не оподатковуються: 1) об'єкти житлової нерухомості, які перебувають у власності держави або територіальних громад (їх спільній власності); 2) об'єкти житлової нерухомості, які розташовані...» (ВП – 2012 - №3 – С. 2).

Наступна типова помилка – еkleктизм стилю. В межах одного повідомлення автор не повинен поєднувати засоби виразності, властиві різним функціональним стилям. Натомість читаємо: «Його проводили у стінах Полтавської облдержадміністрації з ініціативи громадської ради при міськвиконкомі за дієвої підтримки колег з громадської ради, що діє при голові облдержадміністрації». Наявність великої кількості складноскорочених слів, кліше налаштовує читача на офіційну тональність повідомлення, однак у

наступному реченні автор використовує яскраві епітети й метафори, тобто повертається власне до публіцистики: «Але полтавська громада вирішила довести очільникам міста, що вона не беззуба і не збирається мовчки “ковтати” квартплату, що злетіла у розмірах у 1,5 – 5 разів» (ВП – 2012 – №3).

Наведені вище приклади засвідчували помилки, пов'язані з надмірністю чи невмотивованістю використання засобів офіційно-ділового стилю мовлення в інформаційних газетних повідомленнях. Однак є й девіації, обумовлені складністю цього стилю.

Перш за все, привертає увагу величезна кількість повторів, тавтологій. У мові офіційних документів їх уникати не обов'язково, на відміну від мови ЗМІ. Однак помітити їх у такому тексті навіть редакторів не завжди просто, оскільки око звикає до стандартних, повторюваних конструкцій і висловів: «Відповідно до нормативних документів, при проведенні заходів за участі великої кількості людей передбачені заходи безпеки»; «На станції Київської міської станції швидкої медичної допомоги...» (ВК – 2011 - № 175); «В Україні банки активно займалися кредитуванням населення до економічної кризи 2008 року, та, зіткнувшись з проблемою суттєвого зниження платоспроможності населення...»; «розмір яких визначається від цього показника. Розмір підвищення інвалідам...» (Х – 2011 – №178); «Спочатку МЕРМ планувалася як макет або модель Великої електронної рахункової машини (ВЕРМ), спочатку перша літера “М” у назві означала “модель”... 25 грудня 1951 року МЕРМ була прийнята комісією Академії наук і офіційно здана в експлуатацію. На цей момент аналогічні машини були тільки в США й Великобританії. До 1957 року МЕРМ активно експлуатувалася, у тому числі й при створенні водневої бомби» (ВП – 2012 – №3).

Часто в текстах бачимо неточності слововживання: «При розробці Генплану усі ці негаразди, про які зауважили представники громадської організації щодо лісів та лісопарків в столиці, ми врахували», «управління та організації... цілком не прийняли таку ініціативу», «Розмір підвищення інвалідам війни першої групи, передбаченого Законом України “Про статус ветеранів війни”, збільшиться з 392 грн до 400 грн» (Х – 2011 – №178). Певна річ, враховуються «зауваження», а не «негаразди»; ініціатива «не підтримується взагалі», а не «цілком не приймається»; збільшується «розмір виплат» (або «розмір підвищення виплат»). На жаль, не знижується й частотність вживання кальок з російської: «несуть потенційну небезпеку» (краще – «становлять»), «у повній мірі справляються» («повністю»), «судами на даний час задоволено» («на цю годину», «нині»), «в ході перевірки встановлено», «у ході слідства вказані працівники міліції затримані» («під час»); «робота носила дослідницький характер» («мала»).

«Небезпечними» для авторів і редакторів у межах офіційно-ділового стилю залишаються поширені ускладнені речення. Неправильне узгодження дієприслівникових зворотів, амфіболія та інші логічні помилки – типовий наслідок бездумного «нанизування» скопійованих із документів синтаксичних кліше: «Переїнявши закордонний досвід створення парків, умовою

висаджування тут дерев також буде те, що будь-якої пори дня на всі лавки повинна падати тінь від рослин»; «У майбутньому не виключено, що їхня кількість збільшиться...»; «мною... організовано та спрямовано роботу, саме зادля досягнення її ефективності з пріоритетних напрямів, фактичного поновлення прав і свобод громадян та інтересів держави» (ВК – 2011 - № 175); «Головне управління... розробило програму, як підвищити ефективність використання енергетичних ресурсів» (Х – 2011 – №178 – С. 2).

Загалом, у інформаційних повідомленнях аналізованих видань («Вечірній Київ», «Вечірня Полтава», «Хрещатик») відзначається тенденція до зловживання офіційно-діловим стилем мовлення. Без великої в тому потреби використовуються: запозичення, терміни, кліше, стандартні вислови, складні синтаксичні конструкції, розщеплені присудки, розширені класифікаційні списки, деталізований виклад фактів, що мають сенс у звітах установ, але не потрібні пересічному читачеві.

Низка помилок у використанні цього стилю пов'язана також із нерозумінням його специфіки та особливостей використання. Часто зустрічаються тавтології, неточності слововживання, русизми, логічні помилки, відсутність узгоджень тощо. Невмотивованим у межах одного повідомлення є також тяжіння до еклектизму, поєднання засобів виразності різних функціональних стилів мовлення.

Робиться це через бездумне копіювання текстів указів, звітів, протоколів, різних установ, відсутність аналізу інформаційної цінності фактів та адаптування тексту. Більшість помилок обумовлені не потребою лаконізувати повідомлення і зробити його максимально точним, а поспіхом і недбалістю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Іванченко Р.Г. Літературне редагування [Текст] / Р. Г. Іванченко. – К. : Вища школа, 1983. – 368 с.
2. Капелюшний А.О. Практична стилістика української мови : навчальний посібник [Текст] / А. О. Капелюшний, вид. 2-ге, перероблене. – Львів : ПАІС, 2007. – 400 с.
3. Липгарт А.А. К проблеме языковедческого описания публицистического функционального стиля // Режим доступу: <http://evartist.narod.ru/text12>.
4. Магден О. Мова сучасних ЗМІ як об'єкт лінгвістичних досліджень / О. Магден // Режим доступу: http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Philologia/33283.
5. Приходько А.И. Стилевая эклектичность газетного дискурса [Текст] / А.И. Приходько, Е.А. Холмина // Вісник Запорізького національного університету : збірник наукових статей. Філологічні науки. – Випуск № 1. – 2008. – С. 154-156.
6. Сербенська О.А. Інновації у мові сучасних українських мас-медіа [Текст] / О. А. Сербенська // 125 років Наукового товариства ім. Шевченка : зб. наук. праць і матеріалів, присвячених Ювілею товариства / Науко. Т-во ім. Т. Шевченка. – Л. : [б. в.], 2002. – С. 158-177.
7. Супрун Л.В. Сучасне мовлення ЗМІ: зони ризику [Текст] / Л. В. Супрун // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». – Том 21 (60). – 2008. – № 1, – С. 154-159.
8. Тимошик М.С. Книга для автора, редактора, видавця : практичний посібник / М. С. Тимошик. – 2-ге вид., стереотипне. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.

Kharitonenko O. Features operation official business style in the media: notes for editors

In the article the features using elements official-business style of speech in modern regional newspapers; analyzes common errors associated with use of this style.

Keywords: *language media, style characteristic media publications, official business style of speech, kantselyarizmy, cliché, cliché.*

ЗМІСТ

ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Жадько В.О.

Освіта як основа формування історичної пам'яті народу.....5

Шевчук С.В.

Критерії якості та загальні вимоги до педагогічних програмних засобів.....9

НАУКОВЕ ОСМИСЛЕННЯ ПРОБЛЕМ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Шпак В.І.

Місце видавничої продукції на етапі переходу до інформаційного суспільства.....14

Марків О.Т.

Комунікативний ефект журналістського онлайн-матеріалу.....27

Шаруненко Є.О.

Роль і місце реферативних документів у підвищенні інформаційно-пошукової культури дослідника.....32

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПИСЕМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЗАСОБАМИ РЕДАГУВАННЯ

Куляс П.П.

Типологія помилок: навіщо вона потрібна редакторові, педагогові?.....37

Харчук О.В.

Робота редактора над перекладом.....42

Харитоненко О.І.

Особливості функціонування офіційно-ділового стилю в ЗМІ: на замітку редакторові.....51

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

*Матеріали науково-звітної конференції викладачів кафедри журналістики
Інституту української філології та літературної творчості імені А. Малишка
НПУ ім. М.П. Драгоманова*

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ДОПОВІДЕЙ

ВИПУСК II

***Випусковий редактор** Харитоненко О.І.*

***Коректор** Ромашко С.І.*

Підписано до друку 29.04.13