

Національний педагогічний університет  
імені М.П.Драгоманова  
Інститут української філології та літературної творчості  
імені Андрія Малишка  
кафедра журналістики

Олександра Марків

## **РОБОТА З АВТОРОМ**

Навчально-методичний комплекс

Київ-2014

**УДК 655.52**  
**ББК 76.17.5я**

Рекомендовано до друку Вченою радою  
Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова  
Протокол № 4 від 28 листопада 2013 р.

**Рецензенти:**

**Жадько В.О.**, доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри журналістики Інституту української філології та літературної творчості імені А. Малишка НПУ імені М.П. Драгоманова;

**Пучков О.О.**, кандидат філософських наук, начальник кафедри гуманітарних дисциплін ВІТІ Державного університету телекомунікацій

**Марків О. Т.**

Робота з автором: навчально-методичний комплекс / Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. – Київ. : Вид-во НПУ ім. М.П.Драгоманова, 2014. – 72 с.

У навчально-методичному комплексі охарактеризовані основні теоретичні положення організації співпраці видавництва з автором, соціально-психологічні умови професійних комунікативних ситуацій та їх результати, питання фахових компетентностей; подані практичні поради щодо редакторського аналізу та роботи з авторським оригіналом.

Інформаційне наповнення навчально-методичного комплексу відповідає навчальній програмі дисципліни. Матеріал підібраний і укладений на основі навчально-довідкової літератури з видавничої справи та журналістики, монографій, матеріалів періодичних, електронних та інших видань.

Навчальне видання призначене для студентів видавничої справи та редагування, а також тих, хто цікавиться сучасним інформаційним становищем, стратегіями і напрямками медіа України.

**УДК 655.52**  
**ББК 76.17.5я**



© Марків О. Т., 2014  
© Інститут української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка, 2014  
© Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2014

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b> .....	8
<b>РОЗДІЛ 1. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ РОБОТИ РЕДАКТОРА З АВТОРОМ</b> .....	9
<b>Тема 1.</b> Методологічні основи організації роботи редактора з автором. Механізми співпраці редактора з автором (9)	
<i>План практичного заняття і рекомендована література до теми (15)</i>	
<b>Тема 2.</b> Засади й правила роботи редактора з автором (16)	
<i>План практичного заняття і рекомендована література до теми (21)</i>	
<b>Тема 3.</b> Організаційно-правове забезпечення роботи видавництва з автором (Нормативно-правова база забезпечення роботи з автором. Врегулювання взаємин автор/редактор) (22)	
<i>План практичного заняття і рекомендована література до теми (27)</i>	
<b>Тема 4.</b> Аналітико-прогностична робота редактора й автора над запланованим виданням (28)	
4.1. Суть і значення інформаційно-аналітичної роботи у видавництві (28)	
4.2. Інформаційно-аналітичні основи роботи літературних агентів авторів (30)	
<i>План практичного заняття і рекомендована література до теми (32)</i>	
<b>РОЗДІЛ 2. РЕАЛІЗАЦІЯ ТВОРЧОГО АСПЕКТУ РОБОТИ РЕДАКТОРА З АВТОРОМ ЧЕРЕЗ ЙОГО ТЕКСТ</b> .....	33
<b>Тема 5.</b> Текст як самопрезентація автора та об'єкт редагування (33)	
5.1. Комунікативний ефект твору, на який очікує автор і який отримує редактор (33)	
5.2. Поради як працювати з авторським оригіналом (35)	
5.3. Виразники функцій авторського тексту, які не повинен порушувати редактор при опрацюванні рукопису (36)	

*План практичного заняття і рекомендована література до теми (37)*

**Тема 6.** Редакторський висновок як результат редакторського аналізу (38)

6.1. Алгоритм редакторського аналізу, який допоможе редактору-початківцю правильно оцінити твір автора й написати висновок (41)

6.2. Етичний кодекс редактора під час підготовки висновку (42)

*План практичного заняття і рекомендована література до теми (43)*

**РОЗДІЛ 3. ПЕРЕМОВИНИ РЕДАКТОРА З АВТОРОМ ЯК ЧИННИК  
УСПІХУ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ..... 44**

**Тема 7.** Соціально-психологічні та індивідуально-особистісні особливості комунікативного акту між автором і редактором (44)

7.1. Складові комунікаційної компетентності редактора й автора (44)

7.2. Репутація автора, його мотиваційна основа та адаптивна здатність у відносинах з видавництвом (46)

7.3. Психологічні умови комунікативних ситуацій та їхні результати (48)

7.4. Характер домовленостей між автором і редактором через посередників (49)

*План практичного заняття і рекомендована література до теми (52)*

**КОНТРОЛЬНА РОБОТА..... 53**

**ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЗАЛІКУ.....56**

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА .....58**

**ДОДАТКИ.....61**

Додаток 1. Аукціон творчих ідей (61)

Додаток 2. Програма організації комунікативного самовиховання майбутнього редактора (62)

Додаток 3. Урегулювання конфліктів як компонент професійної майстерності редактора (63)

Додаток 4. Зразки договорів (65)

## ВСТУП

Робота з автором – одне з найважливіших і найскладніших завдань редактора. Ефективний пошук перспективних авторів, уміння налагодити з ними співпрацю, подолати труднощі комунікації, сприяти творчій результативності напряду визначають успішність видавництва. Саме тому ми говоримо про значущість цього виду діяльності. Складність такої роботи обумовлена тим, що редакторіві потрібно бути не лише фахівцем високого класу в своїй галузі, а разом із тим ще й психологом, юристом, менеджером, тобто – зробити комунікацію з автором найбільш сприятливою для стимулювання творчого процесу, правильно оформити відносини документально, організувати діалог автора з усіма членами редакції тощо.

Не варто забувати й про те, що реалії видавничої діяльності сьогодні утруднюють усі процеси роботи редактора з авторами. З огляду на розширення приватного ринку видавничого середовища й утвердження незалежного стилю управління в комерційних видавничих структурах збільшується право вибору для авторів: з ким і як працювати, і водночас зменшується захищеність та врегульованість робочих контактів. Відтак, комунікативні таланти й здатності редактора нині відіграють важливу роль у процесі пошуку автора, переконання й спонукання його до співпраці.

Успіх міжособистісного характеру роботи редактора з автором полягає у взаємозацікавленості, взаємовигоді, спільних інтересах та рівних можливостях. А результативність комунікативного акту залежить від «психологічної грамотності» комунікатора (Б. Бушелева); соціального інтелекту особи (Л. Петровська), її внутрішньоособистісного та міжособистісного інтелекту (Г. Гарднер); ментальних, професійних, станових чинників комунікаційної компетентності особистості (В. Куніцина, Н. Казаринова, В. Погольша); обумовленості міжособистісних контактів

редакторів гнучкістю, мобільністю в спілкуванні, умінні конструктивно розв'язувати конфліктні ситуації.

Механізм співпраці редактора з автором, розкритий у виданні, пов'язаний зі спектром виробничих функцій, типових задач діяльності та вмінь редактора-фахівця втілювати конкретні творчі ідеї: організаційні, технічні, технологічні, контрольні, контрольньо-технічні, організаційно-технічні, маркетингові. Під час виконання таких видів діяльності редактор має справу з автором як з особистістю зі всіма її соціально-психологічними проявами, з автором як творцем оригінального твору через його текст, з автором як основним елементом виконання видавничої програми. Розкрито також і технологію організації роботи з автором через посередника – літературного агента, що потребує нових методів комунікації та ділової етики.

У навчально-методичному комплексі пропонується починати співпрацю з автором з вивчення його мотиваційної основи (наскільки він поділяє політику видавництва; в якому виданні зацікавлений; наскільки здатний він долучитися до просування продукту, спільної з видавництвом праці тощо). Тобто розкривається стратегічний контекст взаємодії автора з видавництвом.

Таким чином, робота з автором розкривається як багатоаспектний процес: і як редакторський аналіз твору, і як вивчення передумов створення видання, і як прогнозування результатів виходу інформаційного продукту в світ.

Опрацювавши викладені в навчальному виданні положення, студенти віднайдуть відповіді на запитання: які професійні та комунікаційні компетенції необхідні редактору та автору для ефективною співпраці в межах видавничого проекту на особистісному рівні та через авторський текст; яке значення інтенцій ключових комунікаторів редакційно-видавничого процесу для реалізації видавничої ідеї; які існують оптимальні редакторські підходи

до співпраці з авторами, зважаючи на їхні індивідуальні риси (темперамент, характер, стиль мислення тощо).

Навчально-методичний комплекс містить теоретичні основи напрямів, правил і принципів роботи з автором, що дозволяють організувати та оптимізувати видавничо-редакційний процес, нормативно-правову базу щодо врегулювання договірних відносин між видавництвом та автором, практичні поради, як відслідкувати та подолати фактори розбалансування комунікаційного середовища редакційно-видавничого процесу з метою уникнення комунікаційних труднощів у співпраці редактора та автора.

Практичну частину комплексу становлять питання підготовки до занять та завдання для самостійної роботи, контрольний тест для перевірки знань, перелік залікових питань та наукові джерела курсу.

У додатках для студентів розроблена орієнтовна програма організації комунікативного самовиховання майбутнього редактора. «Аукціон творчих ідей»: пріоритет надаємо найбільш презентаційно обґрунтованим проектам. «Програма організації комунікативного самовиховання майбутнього редактора»: закріплені тут принципи мають слугувати основою для етичної підготовки молодих фахівців. «Урегулювання конфліктів як компонент професійної майстерності редактора»: в основі запропонованої методики вирішення конфліктів як компонента професійної майстерності редактора – моральні виміри та особиста відповідальність працівників видавництва.

**Структура навчальної дисципліни**

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна і вечірня форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль 1</b>												
<b>Змістовий модуль 1. Організаційний аспект роботи редактора з автором</b>												
Тема 1. Методологічні основи організації роботи редактора з автором	10	2	2		2	4		1				8
Тема 2. Засади й правила роботи редактора з автором	12	2	2		2	6		1				8
Тема 3. Організаційно-правове забезпечення роботи видавництва з автором	8	2	2			4					2	8
Тема 4. Аналітико-прогностична робота редактора й автора над запланованим виданням	10	2	2		2	4		2			2	12
Разом за змістовим модулем 1	40	8	8		6	18		4			4	36
<b>Змістовий модуль 2. Реалізація творчого аспекту роботи редактора з автором через його текст</b>												
Тема 5. Текст як самопрезентація автора та об'єкт редагування	10	2	2		2	4		1				12
Тема 6. Редакторський висновок як результат редакторського аналізу	12	2	2		2	4						10
Разом за змістовим модулем 2	20	4	4		4	8		1				24
<b>Змістовий модуль 3. Перемовини з автором як чинник успіху видавничого продукту</b>												
Тема 7. Соціально-психологічні та індивідуально-особистісні особливості комунікативного акту	12	2	2		2	6		1	2			10
Разом за змістовим модулем 3	12	2	2		2	6		1	2			10
<b>Усього годин</b>	<b>72</b>	<b>14</b>	<b>14</b>		<b>12</b>	<b>32</b>		<b>4</b>	<b>2</b>		<b>2</b>	<b>64</b>



# РОЗДІЛ 1

## ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ РОБОТИ РЕДАКТОРА З АВТОРОМ

### ТЕМА 1

#### МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ РЕДАКТОРА З АВТОРОМ

#### МЕХАНІЗМИ СПІВПРАЦІ РЕДАКТОРА З АВТОРОМ

*Взаємозацікавленість, взаємовигода,  
ділове партнерство — стратегічний  
ресурс партнерських відносин.*

Джек Траут

Добре налагоджена робота видавництва, ефективні управлінські рішення редактора – істотна умова успішності видання. Автор і видавець, об'єднавши свої інтереси й можливості, повинні визнати партнерські засади своїх відносин. У видавничій справі організація співпраці редактора з автором – одна з найважливіших, оскільки вдалі конструктивні перемовини між ними є проєкцією успішності майбутнього видання.

Сучасний редактор – це генератор ідей, перший читач і перший помічник автора. Ефективність його роботи оцінює суспільство, тому перед ним постійно постають запитання: що видавати, як видавати, на яких засадах і якими методами формувати авторський корпус, як взаємодіяти з авторами на всіх етапах реалізації видавничої ідеї і роботи з книгою.

Організаційна компетентність редактора-фахівця полягає перш за все в умінні стратегічно мислити або мати стратегічну культуру загалом. Усе це дає змогу визначити майбутнє видавництва, зрозуміти, якими мають бути його ключові фактори успіху, конкурентна сила і привабливість для цільових аудиторій, завдяки чому воно буде цікавим для авторів і читачів книг, недосяжним для конкурентів. Багатьом авторам така діяльність допомагає побачити себе в проєкті майбутнього видавництва і відповідно організувати співпрацю з ним [39].

Систему організаційно-управлінських функцій редактора становлять: функція активатора частини або й усього процесу творчості; функція вибору авторів, що певним чином стає запорукою якості твору; функція формулювання творчого завдання (визначення теми, ознайомлення авторів із попереднім планом твору, висловлення побажань щодо змісту, розкриття теми, використання фактичного матеріалу); функція контролю; функція забезпечення зовнішнього рецензування творів; функція взаємодії з працівниками редакції та видавництва, а також підтримка зв'язків та співпраця з виробничими підприємствами, бібліотеками, навчальними закладами, засобами масової інформації, книготорговельними й суспільними

організаціями та ін. Функцію перемовин з автором як ключову в виконанні видавничої програми варто розглянути окремо, оскільки її реалізацію можна спостерігати поетапно у видавничо-редакторському процесі, а також через механізм виробничих задач, які виконують і автор, і редактор для того, щоб видання було якісним і мало повноцінний життєвий цикл на книжковому ринку.

Щоб зрозуміти значущість учасного та якісного виконання завдань, які виникають у процесі співпраці редактора з автором, треба визначити складові механізму такого робочого контактування. Це мотивація, редакторський аналіз, прийняття рішення, правка і контроль. Кожен із цих елементів прописаний у тематичних розділах цього навчально-методичного комплексу.

***Механізм редакторської співпраці з автором складається зі спектра виробничих функцій*** – типових завдань діяльності, які виникають у процесі втілення конкретної творчої ідеї. Їх умовно поділимо на такі:

- організаційна (організаційно-технічна, організаційно-технологічна, організаційно-маркетингова – у книжковому, організаційно-комунікативна – у газетно-журнальному видавництвах). Ця функція присутня на всіх етапах видавничого процесу. Проте під час роботи над книгою вона зреалізовується до і після укладання угоди з автором, а у процесі співпраці з кореспондентами – як технологія постановки завдання й отримання очікуваних результатів;
- творча;
- контрольна.

Простежимо реалізацію цих функцій у книжковому та газетно-журнальному видавництвах.

## **ДЛЯ КНИЖКОВОГО ВИДАВНИЦТВА**

### **I. Організаційна**

Робота з автором на підготовчому етапі полягає у вмінні:

- працювати з автором над уточненням комплектності оригіналу;
- залежно від виду майбутнього видання визначити особливості оформлення;
- орієнтуватися в асортименті книжкового ринку, прогнозувати місце майбутнього видання як товару.

#### **1.1. Організаційно-технічна**

- ✓ ***Укладання угоди з автором та приймання авторського оригіналу.***

Кваліфікований редактор повинен у межах закону та на взаємовигідних умовах:

- оформити угоду з автором;
- вести оперативний реєстр угод із авторами та картотеку авторів;
- прийняти авторський оригінал згідно з Типовим положенням (якщо таке передбачене у редакції) та угодою;

- перевіряти комплектність, технічний стан рукопису та визначати якість оформлення;
- реєструвати оригінали, що надходять до видавництва, опрацьовувати вхідні та вихідні дані оригіналів;
- оформити паспорт на рукопис та направити на рецензування;
- оформити відповідні документи про прийом оригіналу.
- ✓ **Оформлення документів та кореспонденції з питань адміністративної діяльності, що стосується процесів роботи з автором.**

Редакторів бажано делегувати ці повноваження секретареві або помічникові, а якщо їх немає в штаті редакції, самому виконувати такі дії:

- оформляти кореспонденцію, пов'язану з фінансово-розрахунковими операціями;
- у разі необхідності складати угоди, акти, претензійні листи, позовні скарги й заяви, доручення тощо;
- визначати видавничу собівартість книжкових, газетно-журнальних та інших видів видань та послуг;
- своєчасно та професійно оформляти документацію для нарахування гонорару авторіві.

### **1.2. Організаційно-технологічна**

Ця функція спрямована на втілення поставленої мети за відомими алгоритмами, тобто редактор-фахівець виступає як структурний елемент технології реалізації видавничої програми. Ця технологія в процесі виробництва видання здійснюється на трьох етапах: проєктивному (розробці методики за усталеними у видавничій справі нормами), виконавчому (редакторське удосконалення авторського тексту на рівні внесення пропозицій та зауважень авторіві), оцінювально-коректувальному (передбачає оцінку здатності автора усунути вказані недоліки тексту й спроектувати відносини на майбутнє).

- ✓ **Робота з рукописом** (редактор повинен працювати з рукописом під час кожного з етапів редакційно-видавничого процесу).
- ✓ **Координування роботи різних фахівців з видавничим оригіналом твору.**
- ✓ **Технологія ведення перемовин у певних комунікативних ситуаціях** (уміння змістовно, точно, логічно, послідовно, чітко, грамотно висловлювати свої думки, пропозиції, побажання, зауваження в усній та письмовій формах).
- ✓ **Узгодження правок із автором.**

### **1.3. Організаційно-маркетингова**

Рекламуванням книг зазвичай займається видавництво. Але в презентації та рекламуванні книги вельми корисною буває участь автора, адже він опорозорює своє ставлення до видання з абсолютно суб'єктивної точки зору, а редактор може збалансувати авторське самовихваляння з

об'єктивними позитивними моментами книги, її виправданою потребою на ринку. Таким чином виходить якнайкращий рекламний продукт.

Для цього редакторів потрібно перед початком і під час піар-акцій узгодити з автором (особливо, коли він є замовником, котрий сам оплачує своє видання) умови й характер реклами, щоб потім уникнути непорозумінь, зокрема фінансових.

✓ ***Забезпечення рекламування інформаційних продуктів:***

- складати угоди на створення та розміщення реклами;
- організовувати рекламні заходи та кампанії;
- оцінювати ефективність реклами;
- виявляти мотиви купівлі книги, проводити мотиваційний аналіз;
- вибирати засоби розповсюдження реклами;
- обирати кольорову гаму, образні ілюстрації, композиційно-графічні прийоми до рекламних матеріалів;
- створювати тексти газетної, журнальної, теле- та радіореклами;
- розробляти макет зовнішньої та транзитної реклами;
- рекламувати видання, використовуючи засоби зворотного зв'язку.

**II. Творча. Редакційна робота з авторським оригіналом.**

Перед початком редагування авторського оригіналу редакторів варто віднайти для себе чітку відповідь на запитання «А чому я мушу тут правити?» й у виправданих межах:

- працювати над фактичним матеріалом, композицією видання;
- вносити правки-скорочення з метою дотримання певного обсягу;
- працювати над створенням оригінал-макета видання;
- виконувати редакційну коректуру;
- опрацьовувати таблиці та ілюстраційний матеріал, перевіряти правильність їхнього оформлення, відповідність позначень та посилань у тексті;
- володіти лексичними, фразеологічними, графічними, словотвірними, морфологічними, орфографічними, пунктуаційними, синтаксичними, стилістичними нормами сучасної української літературної мови;
- користуватися мовними виражальними засобами відповідно до мети і змісту мовлення, жанру твору та виду літератури;
- будувати прості та складні речення, використовувати стилістичні фігури відповідно до конкретної мовленнєвої ситуації;
- оцінити твір відповідно до норм сучасної літературної мови.

**III. Контрольна**

✓ ***Оцінка, рецензування авторського оригіналу.***

Відповідно до правил, редактор повинен:

- оцінити комплектність оригіналу;
- спрямувати рукопис на рецензування; вивчивши висновки, повідомити про них автора та скласти акт схвалення авторського оригіналу (редакційний висновок).

✓ **Перевірка фактичного матеріалу:**

- перевіряти дати, цитати, географічні назви, прізвища та інші матеріали, зіставляючи їх із першоджерелами, виконувати необхідні виправлення.

✓ **Вичитування відредагованого оригіналу і коректурних відбитків:**

- читати і виправляти коректурні відбитки та рукопис;
- усувати пунктуаційні й орфографічні помилки, дотримуючись правил граматики та орфографії, використовуючи при цьому різні групи коректурних знаків.

✓ **Забезпечення дотримання вимог держстандартів:**

- користуватись галузевими стандартами поліграфічної продукції;
- забезпечувати правильність написання й уніфікованість представлення термінів, символів, одиниць вимірювання, умовних скорочень у тексті, схемах, діаграмах та ін.;
- перевіряти правильність оформлення таблиць, виводів, формул, довідкового апарату видання, повноту бібліографічного опису і наявність відповідних посилань на джерела цитат і цифрових даних у тексті;
- поповнювати редакторський паспорт, відзначаючи в ньому всі особливості вичитування оригіналу;
- уміти користуватись нормативними матеріалами з коректорської та редакційно-видавничої роботи.

## **ДЛЯ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНОГО ВИДАВНИЦТВА**

### **I. Організаційна**

#### **1.1. Організаційно-технічна.**

✓ **Постановка завдань кореспондентам відповідно до концепції видання**

#### **1.2. Організаційно-технологічна**

✓ **Робота зі штатними та позаштатними кореспондентами.**

Дотримуючись ділової етики, редактор має вміти:

- співпрацювати з авторами журналістських матеріалів;
- змістовно, точно, логічно, послідовно, чітко, грамотно висловлювати свої думки, пропозиції, побажання, зауваження в усній та письмовій формах;
- дотримуватись етичних норм при співпраці з кореспондентами.

✓ **Приймання матеріалів для публікацій у засобах масової інформації:**

- прийняти текст повідомлення від кореспондентів, інших авторів періодичного видання;
- точно відтворити текст повідомлення, що надходить, за допомогою сучасної техніки комунікаційного зв'язку.

#### **1.3. Організаційно-комунікативна:**

- тематичне збалансування інформаційного та рекламного матеріалу на сторінках періодичного видання;

- правильне розміщення журналістських творів для досягнення найкращого комунікативного ефекту;
- реалізація форм масової роботи редакції з залученням журналістів, дописувачів, фігурантів журналістських публікацій.

## **II. Творча**

### ✓ *Редакційне опрацювання журналістських матеріалів.*

З отриманням таких матеріалів посилюється інформаційно-аналітична робота редактора, що полягає у вмінні:

- аналізувати фактичний матеріал, тематичну структуру журналістського твору;
- аналізувати зміст, доступність, переконливість, аргументованість журналістського тексту;
- здійснювати редакторський аналіз рубрикацій та заголовкового комплексу;
- усувати недоліки абзацного поділу в журналістському творі;
- виконувати мовностилістичну правку;
- усувати фактичні, логічні, композиційні помилки, а також помилки в осмисленні та узагальненні фактів;
- створювати матеріал для засобів масової та спеціальної інформації;
- характеризувати та здійснювати типологічний аналіз конкретного газетного та журнального видання;
- аналізувати образні засоби публіцистичної аргументації;
- виправляти помилки в обґрунтуванні та аргументуванні тез, що наводяться в публіцистичному творі;
- аналізувати особливості комунікаційної структурної побудови публіцистичного твору;
- фахово оцінювати й аналізувати журналістські матеріали інформаційних, аналітичних, художньо-публіцистичних жанрів;
- усувати типові недоліки та помилки в композиції журналістських творів різних жанрів;
- аналізувати твори полемічного характеру й усувати типові помилки та недоліки;
- аналізувати журналістські матеріали, в яких використано результати соціологічних досліджень та виправляти фактичні помилки.

## **III. Контрольна**

### ✓ *Перевіряння фактичного матеріалу.*

- перевіряти дати, цитати, географічні назви, прізвища та інші матеріали; зіставляючи їх із першоджерелами, виконувати необхідні виправлення.

### ✓ *Забезпечення дотримання вимог держстандартів.*

- користуватись галузевими стандартами для газетної, книжково-журнальної та інших видів поліграфічної продукції.

Розроблена класифікація функцій редактора в процесі роботи з автором не містить вичерпного переліку зобов'язань, але дозволяє простежити механізм і специфіку їх виконання.

*ПЛАН ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ*  
*ЕФЕКТИВНІ ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАХОДИ – ПЕРШИЙ КРОК ДО ЯКОСТІ*  
*ВИДАННЯ*

*Дайте відповіді на запитання.*

1. Обґрунтувати роль фахової компетенції редактора (організаційно-управлінська, методична, інформаційна, комунікаційна, творча, робота з автором) у ефективності редакційно-видавничого процесу.
2. Розкрити суть організаційної роботи редактора.
3. Охарактеризувати відмінність між технічною, організаційно-технічною і технологічною функціями співпраці редактора з автором.
4. Пояснити аспекти контролю в процесі редакційного опрацювання авторського оригіналу.

*Самостійно виконайте творчі завдання.*

1. Порівняйте функції у книжковій та газетно-журнальній редакціях.
2. З урахуванням виробничих функцій розпишіть етапи роботи редактора з автором.
3. Шляхи пошуку автора – організаційно-управлінські дії редактора.
4. Хто вигідніший маркетингово: маловідомий чи авторитетний автор?

*ЛІТЕРАТУРА*

1. Падалко В. Знайти «золоту жилу»! Про те, як видавництва працюють з авторами [Текст] / В. Падалко // Книжк. огляд. – 2003. – № 4. – С. 36–40.
2. Паливода Ю.В. Робота з автором як складова основних фахових компетенцій редактора / Ю.В. Паливода // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. – Т. 31. – К., 2010.
3. Свешнікова І.К. Технологія редакційно-видавничої справи: Навчальний посібник / І.К. Свешнікова. – М.: Изд-во МГАП "Світ книги", 1995. – 116 с.
4. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця / М. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2005. – С. 201-362

## ТЕМА 2

### ЗАСАДИ Й ПРАВИЛА РОБОТИ РЕДАКТОРА З АВТОРОМ

*Редактор «від бога» – рідкість: як і будь-якій творчій людині, редактором треба народитися. Однак професія вкрай потрібна...*

Віктор Жигунов,  
редактор, автор, критик

Основа роботи редактора й автора – взаємне розуміння. Проте ролі в них різні: редактор виступає в ролі «батька», автор – у ролі «дитини». Але вони є такими лише з точки зору техніки редагування. Якщо їх стосунки розглядати з позицій міжособистісних, то провідна роль повинна належати авторові, а допоміжна – редакторові. Тоді співпраця буде успішною. Ерудиція редакторів – предмет для наслідування. Якщо автори здебільшого вузькі фахівці, то редактор знає проблему не так глибоко, але його кругозір набагато ширший.

На основі аналізу прикладів редакторської практики можемо виділити такі **типи взаємовідносин редактора з автором**, від яких прямо залежить успішність видавничого проекту:

- редактор професіонал: автор і редактор одnodумці;
- редактор «одержимий» ідеєю, чинить психологічний тиск на автора, відбиває у нього бажання працювати надалі;
- редактор кропіткий, трудолюбивий, але безініціативний, легко піддається впливу нахабного і самовпевненого автора, від чого страждає якість видання.

Більш різностороння характеристика редакторів вийде, якщо за основу взяти не лише якість і кількість редакторської правки в готовому авторському оригіналі, але й міру участі редактора в створенні твору.

- Досвідчений редактор, делікатний, скромний, старанно й копітко працює з авторським оригіналом, править на свій розсуд все, що вважає за потрібне. Спільний творчий процес роботи з автором зведений до мінімуму. Страждає при цьому книга. Редактор, узявши на себе функції автора, обмежує можливості книги, адже він не знає досконально проблему так, як автор: щось, сам того не бажаючи, спростив, упустив. У подібних випадках відношення між редактором і автором зводяться частенько до формальних нетворчих зустрічей, а деколи й до конфліктів.
- Редактор активний, товариський, сильний, уміє переконати, відстояти свою точку зору. Шукає теми, шукає авторів, працює над майбутньою



книгою вже з того моменту, коли починає думати про книгу сам автор, деколи разом з ним виношує ідею, зміст, структуру майбутнього твору. В такого редактора немає тих проблем з правкою, які є в першого. Стосунки з автором у нього на рівні вирішення ідейних, етичних, естетичних проблем. Це вже культура спілкування людей, захоплених однією ідеєю.

За прийомами, які використовують редактори в професійній діяльності їх можна поділити на такі типи:

- редактор, який редагує авторський оригінал, майже нічого не змінюючи, править делікатно, ледь торкаючись тексту в необхідних межах;
- редактор, який спотворює авторський оригінал, вважаючи себе безгрішним, ним керує неперборне бажання змінити все на свій лад;
- редактор, який редагує текст рішуче й динамічно, але прислухається до думки автора, проявляє себе як розумний і чуйний друг.

Зрозуміло, що закономірностей комунікаційного процесу між автором і редактором не існує, але кожен редактор у міру свого досвіду виробив для себе ключові принципи й правила, серед яких основним, на думку багатьох, є зведення до мінімуму можливості конфліктів, а це реально лише за умови індивідуального підходу до кожного автора. Тут треба враховувати його кваліфікацію, досвід роботи, посаду, характер і, звичайно, творчий потенціал як літератора.

Р.Г. Іванченко [9] узагальнює основні *правила співпраці автора й редактора*, які ми ілюструємо прикладами:

- Редакторська робота не повинна заміняти авторську.

Для прикладу тут можна навести два варіанти: перший – редактор об'єктивно розуміє потребу в правці й сам переписує необхідне, не даючи змоги авторові це виконати; інший – текст автора «має право на життя», однак редактор за суб'єктивними вподобаннями переробляє його на свій лад.

- Редактор не повинен вимагати або диктувати.

Розглянемо одну з комунікативних ситуацій. На зауваження автор стверджує: «Це неможливо!» Редактор знає, що той не правий, але не «тикає його носом» у допущену ним помилку, а говорить: «Так, це зробити непросто...» Велике значення тут має тон полеміки – не виходити за межі коректності.

- Погоджуючи усі виправлення, останнє слово редактор має залишити за автором.

Якщо автор стверджує, що варіант правки редактора спотворює його думку, а редактор з цим не згоден, поступитися повинен редактор, як і в тому випадку, коли аргументи редактора знаходяться на рівні «мені не подобається», «так буде краще» або «так не пишуть».

- Редактор повинен уміти допомогти автору знайти кращий варіант.

«Налаштувавши» автора на потрібну «хвилю», редактор може сказати, що автор як фахівець краще знається на наведеному фактичному матеріалі. Це підведе автора до глибокого проникнення в зміст тексту, і тоді він не лише виправить помилку або поліпшить текст, враховуючи зауваження редактора, але й виявить прорахунки й помилки, які тим не відмічені. В цьому випадку легко буде виправити текст, причому це зробить сам автор за допомогою редактора.

**Принципи роботи з автором.** Під час обговорення, полеміки та висловлювання критичних зауважень редактор повинен дотримуватися принципів рівноправності, фактичної обґрунтованості та достовірності. Принцип рівноправності гарантує рівні права всім учасникам дискусії або полеміки незалежно від їх статусу та соціальної позиції. Принцип фактичної обґрунтованості виключає необ'єктивну критику. Принцип достовірності забороняє будь-які перекручування з метою приниження або дискредитації автора. Важливу роль відіграє принцип об'єктивної незалежності при підготовці редакторського висновку.

Комунікативними принципами в розмові з автором є: дотримання засад ділової етики і норм авторського права, моральна культура, обов'язковість, об'єктивність самооцінок, позбавленість гіпертрофованих амбіцій, врахування інтересів і потреб автора, індивідуальної неповторності, доброзичливості, компетентності, усунення конфліктних ситуацій та інші.

**Прийоми роботи редактора з автором.** З точки зору ефективності перемовин та прогнозування успішного майбутнього для запланованого видання комунікативні прийоми редакторові варто підбирати з позиції задоволення чи незадоволення тією комунікативною ситуацією, що склалася.

Дослідниця взаємин редактора з автором Юлія Паливода вважає, що тут найважливішими є ті якості автора, які дають редакторові психологічне задоволення. Задоволений автором редактор буває в тому випадку, якщо:

- стаття цікава й читаючи її, можна дізнатися про щось нове й цікаве, а думки автора доступні й зрозумілі;
- автор вдало жартує;
- видно, що автор працює зі словом, нехай і не завжди успішно;
- світогляд автора й редактора збігаються, текст цікавий і редактор поділяє зацікавлення автора;
- редактор особисто задоволений автором.

Невдоволений же автором редактор буває тоді, коли останній виявляє несерйозне, недбале ставлення до роботи. Очевидна амбітність, нав'язливість і нахабство автора викликає пригніченість і відбиває бажання працювати й над рукописом, і з цим автором як зараз, так і надалі. Перешкоджають подальшому плідному спілкуванню і такі моменти, як незбіг світогляду автора з редакторським, антипатія [34].

Отже, на думку Юлії Паливоди, в процесі переконання та схиляння автора на власний бік не варто:

- сперечатися з ним про політику та релігію. Якщо раптом виникатимуть суперечності — змінюйте тему розмови, адже це одразу насторожує і налаштовує агресивно;
- підвищувати голос, гарячкувати, повністю заперечувати точку зору автора;
- продовжувати сперечатися, переконувати його вже після того, як він висловив власну позицію й за всіма показниками (вербальними та невербальними) не має на меті її змінювати;
- перебивати автора, додавати будь-які зауваження;
- розповідати лише про власні перспективи після успішного результату їхньої співпраці;
- шантажувати його власними негараздами, проблемами (мовляв, у нас усе так погано, криза);
- говорити про те, про що ви не маєте уявлення, в чому некомпетентні;
- надмірно жестикулювати;
- говорити про те, що йому може бути неприємне;
- ніколи не виправляйте автора, якщо він скаже якесь слово неправильно. Не допомагайте йому завершити слово, речення, оскільки він може відчувати себе приниженим [34].

Теоретично правильно, коли розумний редактор і розумний автор, тоді між ними є порозуміння й складаються ефективні робочі відносини. Однак варто акцентувати увагу на прийомах роботи з вразливими до критики авторами, які подані на редакторському порталі [47]:

- *Говоріть про роботу, а не про людину.*

Уникайте фраз на зразок «ти маєш зробити таке-то», «ти забув виконати оце», «тобі варто підтягнути оте». Нехай предметом ваших побажань буде матеріал: «текст стане кращим, якщо...», «ми можемо поліпшити статтю, якщо зробимо...», «цей уривок буде зрозумілішим завдяки...»

- *Поводьтеся як перший читач матеріалу журналіста, а не як встановлював істини.*

Формулюйте свої зауваження таким чином: «Ти – експерт у цій темі й розумієш її краще за мене. Читаючи цей текст, я не зрозумів оце, оце й оте. Чи не міг би ти допомогти мені в цьому розібратися?».

- *Насамперед познайомтеся.*

Уникайте суворої критики до того, як пізнаєте автора ближче. Як наставникові вам слід побудувати стосунки з журналістами, читати їхні матеріали протягом певного часу, аби з'ясувати їхні сильні та слабкі сторони. Також варто зрозуміти, до якого стилю спілкування схильні ті чи інші автори. В яких випадках вам буде легше бути відвертим, якщо між вами запанує довіра.

- *Критикуючи, хваліть.*

Намагайтеся відзначити для себе сильні сторони матеріалу й сказати авторові, що основну роботу він уже зробив – тепер треба лише підняти текст на дещо вищий рівень. Не забувайте говорити про те, що вдалося йому добре в написанні матеріалу.

- *Ставте правильні запитання.*

Добрі редактори ставлять правильні запитання, допомагаючи авторові самому побачити, чого бракує в тексті. Перш ніж давати авторові список указівок, спробуйте поставити кілька відкритих запитань: «якою є головна тема твого тексту?», «що ти намагаєшся сказати в цій частині матеріалу?», «як би нам скоротити цей уривок?», «чому ти говориш про це в цій, а не наступній частині?».

- *Критикуйте предметно.*

Не починайте з висловлювання «ця частина тексту нецікава» без пояснень, що саме в матеріалі автора не так. Ось коли найкраще проявляється редакторська майстерність. Чи є в тексті зайві деталі або звороти? Чи не досить чіткими є означення? Чи персонаж потребує більшого розкриття в цій частині матеріалу? Уточнюйте, які конкретні недоліки потребують виправлення, і в найзрозумілішій формі доносьте це до автора.

- *Критикуйте особисто.*

Намагайтесь спілкуватися з авторами про їхні тексти особисто, а не електронною поштою або через «друзів». Особливо на першому етапі, коли ви лише будете відносити, вам слід сидіти з ним поруч, редагуючи його текст.

- *Отримуйте дозвіл на правки.*

Робіть конкретні пропозиції, але дайте авторові можливість самому зрозуміти, як покращити текст, і внести зміни власноруч. Чим менше редактор перероблятиме текст, тим краще.

- *Не розмінюйтеся на дрібниці.*

Говорячи з автором, зосередьтеся на двох-трьох головних моментах, які допоможуть покращити матеріал. Не чіпляйтеся до неважливих недоліків. Їх можна буде виправити на останньому етапі редагування матеріалу.

Якщо автор не приймає ваші зауваження, а ви не маєте твердої впевненості в тому, що вони допоможуть покращити текст, краще поступіться.

- *Ніякої червоної ручки.*

Це може видатись не надто важливим, але зверніть увагу на те, як ви виправляєте авторський текст, особливо якщо працюєте з роздруківками.

Рукопис, покреслений червоною ручкою, та ще й із купою знаків запитань, може просто злякати людину. Краще використовувати чорнила синього або чорного кольору, або навіть олівець, якщо він знайдеться у вашій редакції [47].

*ПЛАН ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ  
ПРАВИЛА, ПРИНЦИПИ, ПРИЙОМИ РОБОТИ З АВТОРОМ У  
РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧОМУ ПРОЦЕСІ*

***Дайте відповіді на запитання.***

1. Охарактеризувати типи взаємовідносин редактора з автором
2. Назвати основні правила роботи редактора з автором.
3. Загальні та специфічні принципи роботи редактора з автором.
4. Розкрити суть редакторських прийомів з огляду на задоволеність/незадоволеність. Пояснити доцільність їх використання
5. Виокремити детермінанти класифікації редакторів за мірою участі у творенні твору та за прийомами, які використовує редактор у співпраці з автором.

***Самостійно виконайте творче завдання.***

Створіть імпровізовані тандеми автор / редактор з сусідом по партії: один пише матеріал, інший, використовуючи поради як працювати з вразливими авторами, веде з ним бесіду, оцінюючи цей же твір.

*ЛІТЕРАТУРА*

1. Паливода Ю. В. Автор і редактор як організатори ефективного комунікаційного середовища редакційно-видавничого процесу (на матеріалі видання навчальної літератури для ВНЗ) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.06 / Ю.В. Паливода; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2011. – 20 с.
2. Партико З.В. Загальне редагування: нормативні основи : навч. посібник / З.Партико. – Львів : Афіша, 2001. – 416 с.
3. Полукарова Н.А. Автор и редактор в концепции свободного редактирования / Н. А. Полукарова // Научно-техническая информация. Серия 1, Организация и методика информационной работы. – 2006. – № 7. – С. 32-35.
4. Харитоненко Е.И. Образ редактора в произведениях русских писателей / Е.И. Харитоненко // Русская литература. Исследования : сб. научных трудов / Киев. Нац. Ун-т им. Тараса Шевченко; Ин-т литературы им. Т.Г. Шевченко. Редкол: А.Ю. Мережинская и др. – К. : Логос, 2012. – Вып. 16. – 215 с. – С. 183-195
5. Редакторам: як працювати з вразливими до критики журналістами [Електронний ресурс]: (джерело [osvita.telekritika.ua](http://osvita.telekritika.ua)) //Редакторський портал. – Режим доступу: <http://www.redactor.in.ua/>

**ТЕМА 3**  
**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОБОТИ**  
**ВИДАВНИЦТВА З АВТОРАМИ**  
**(Нормативно-правова база забезпечення роботи з автором.**  
**Врегулювання взаємин автор/редактор)**

*Усі мої непорозуміння з певними двома видавництвами ставалися через мою власну дурість, юридичну необізнаність і взагалі невміння вести ділові переговори.*

Світлана Поваляєва,  
письменниця

*Якщо автор несе відповідальність за невчасну здачу твору, то й видавець має нести відповідальність за невчасну виплату винагороди, чи не так? Тому я намагаюся робити договори максимально симетричними.*

Юка Гаврилова,  
літературний агент

Цілком доречно розкриття теми правового регулювання відносин видавництва з автором почати з аналітичного матеріалу Ірини Славінської «Автори і видавці: хто кого і як дурить», розміщеного на сайті «Української правди». Чи може письменник вірити видавцю? Чи може видавець вірити письменнику? Чи існують дієві засоби захисту одних від інших? Наскільки прозорий книговидавничий процес в Україні, адже за браком інформації щодо продажів має місце нерегулярна виплата роялті. З етичних міркувань найменування видавництв та їхніх директорів наводити не будемо (вони лише узагальнені приклади до типових випадків), у кого ж виникне інтерес, то завжди можна переглянути оригінал на сайті <http://life.pravda.com.ua>.

Для прикладу в статті наведено слова агента Ірени Карпи Юрка Гаврилова: «Карпа свого часу декілька років не отримувала роялті... Коли вона запитала про причину, то їй відповіли, що платити почнуть після того, як відіб'ють гроші, витрачені на рекламний тур. Карпа від них жодного разу не отримувала роялті офіційно – завжди це були просто з рук у руки передані гроші».

А це вже скарга іншого автора, Анатолія Дністрового: «Мені так і не дали фантазмагоричні роялті, якими славляться договори... Я оце чекаю вже

5 років, але ні слуху, ні духу. Хоча і договору я не бачив – він є тільки в 1 екземплярі на руках у директора. Той договір вони привезли мені підписати на мою роботу – я вийшов заклопотаний і через забиту голову тільки потім второпав, що не маю на руках свого примірника договору... Але за такою схемою вони багато з ким працюють».

Природно, директор видавництва, на яке скаржаться, ці історії заперечує: видавництво підписує всі договори у двох екземплярах і робить усі виплати авторам «вбілу», ми не маємо чорних виплат. У наших договорах немає пункту про роялті. Стандартні умови – це фіксована сума на певну кількість років. Роялті отримують... автори, що мають регулярні додруки. Кому не подобається – можуть з нами не працювати».

Анатолій Дністровий навів ще один приклад нарікання на видавництво. Він говорить про економію на редакторах і коректорах: «Видавництво... видало мій роман без редакторських правок – у ньому я нарахував 457 помилок. Це як у харчовій промисловості – неякісна ковбаса. Час сурогатних книг має минути».

Директор цього видавництва пояснює це волею випадку: «Іноді трапляються збої. Можливо, претензії автора обґрунтовані, але не через відсутність у нас досвіду редагування текстів, а через випадкову помилку. Можливо, не той файл пустили на друк» [38].

Поганим досвідом є також незаконне видання видавництвом творів, які вийшли в світ у іншому видавництві, набули шаленої популярності, добре продаються.

Щоб уникнути таких непорозумінь, треба підвищити рівень юридичної грамотності авторів, не спішити підписувати сумнівні угоди без детального їх вивчення, а видавцям – працювати прозоро, враховувати виробничі моменти, бо деколи важко зрозуміти, хто винен.

В Україні софрмовано *нормативно-правову базу авторського права*, яким регулюються відносини, що виникають у процесі створення та використання літературних, музичних і художніх творів, витворів кінематографії, наукових праць. Серед них необхідно виділити комп'ютерні програми та бази даних.

Спеціальним є закон України «Про авторське право і суміжні права». Крім нього при регулюванні відносин інтелектуальної власності за необхідності застосовуються міжнародні договори в сфері інтелектуальної власності, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України. Перелік таких договорів наведено в Інформаційному листі Вищого Господарського суду України від 08.10.2003 № 01-8/1199 «Про нормативно-правові акти, що регулюють питання, пов'язані з охороною прав на об'єкти інтелектуальної власності».

Значним досягненням правового регулювання відносин у сфері інтелектуальної власності є прийняття 16 січня 2004 року нового Цивільного

кодексу України (четверта книга кодексу – «Право інтелектуальної власності». Книга IV ЦК України враховує сучасний стан економіки, національні традиції і звичаї, вона максимально наблизила систему охорони інтелектуальної власності до світових стандартів. У ній знайшли відображення останні найновіші досягнення як світової, так і вітчизняної правової науки, врахований досвід правозастосовчої практики.

На жаль, залишається велика кількість не врегульованих питань.

До порушення права інтелектуальної власності відносяться: піратство (опублікування, відтворення, ввезення (вивезення) на митну територію України, розповсюдження контрафактних примірників творів, фонограм, відеограм, програм організацій мовлення), плагіат (оприлюднення повністю або частково чужого твору під іменем особи, яка не є автором твору), підроблення, зміна інформації тощо.

І редакторів, й авторів потрібно знати основні нормативні документи, щоб захистити себе від непорозумінь різного характеру, які можуть виникнути у виробничому процесі.

Використання творів науки, літератури й мистецтва іншими особами може здійснюватися на підставі авторського договору. Порядок укладання цих договорів визначається Цивільним Кодексом України та Законом України «Про авторське право і суміжні права».

У видавничій практиці існують два типи договорів: видавничі й виробничі.

До блоку **видавничих договорів** належать:

- договір з автором (перекладачем, упорядником) на створення твору (договір-замовлення);
- договір з автором (перекладачем, упорядником) або власником авторських прав на використання твору;
- договір про ліцензію на переклад і видання твору іноземного автора;
- договір про ліцензію на репринтне (фототипне) видання мовою оригіналу;
- договір про ліцензію на спільне видання (двох видавництв);
- договір на позаштатне редагування;
- договір на виготовлення художнього оформлення.

До блоку **виробничих договорів** належать:

- договір з поліграфічним підприємством на випуск поліграфічної продукції;
- договір на випуск твору, що видається коштом автора або спонсора;
- договір на реалізацію видавничої продукції.



*Авторські договори* класифікують за різними критеріями.

- ✓ Залежно від виду твору, який виступає предметом договору, розрізняють авторські договори на створення та використання літературних, музичних, архітектурних та інших творів.
- ✓ Залежно від того, чи є предметом договору готовий твір або твір, який ще треба створити, розрізняють:
  - авторські договори замовлення – за цим договором автор зобов’язується створити у майбутньому твір згідно з умовами договору й передати його замовникові;
  - авторські договори на готовий твір.
- ✓ Залежно від обсягу переданих прав:
  - договори про передачу виключних прав;
  - договори про передачу невиключних прав.
- ✓ Залежно від способу використання твору:
  - видавничі договори;
  - постановочні договори;
  - сценарні договори;
  - договори про депонування рукопису;
  - договори про використання твору в промисловості;
  - договори художнього замовлення тощо.

Предметом авторського договору є майнові права, які автор або його правонаступник передає користувачеві. Закон України «Про авторське право і суміжні права» встановлює, що предметом авторського договору не можуть бути права, яких не було на момент укладання договору. Наприклад, авторський договір між видавництвом і автором.

Предмет договору є обов’язковою умовою будь-якого авторського договору, тому що всі майнові права на використання твору мають бути визначені. Майнові права, не зазначені в авторському договорі як передані суб’єктом авторського права, вважаються такими, що не передані й зберігаються за ним.

Об’єктом авторського договору є сам твір, який передається користувачу, тому що авторські права безпосередньо пов’язані з твором науки, літератури й мистецтва. Тому авторський договір має містити як види прав, які передаються за договором, так і опис твору, щодо якого вони передаються.

Важливим елементом авторського договору є строк його дії. Законодавство встановлює, що строк дії договору визначається сторонами самостійно.

Строк дії авторського договору не може перевищувати строк його правової охорони (протягом життя автора і 70 років після його смерті). Авторський договір може передбачати й умови дострокового припинення.

Залежно від виду авторського договору він може містити й інші строки, наприклад, строк подання твору (якщо він створюється за замовленням), строки усунення зауважень, строки виплати винагороди тощо).

Обов'язковим є строк використання твору, якщо користувач протягом зазначеного строку не використовує твір, автор має право розірвати договір і використати твір на власний розсуд.

Сторони авторського договору повинні визначити авторську винагороду за користування твором. Закон України «Про авторське право і суміжні права» встановлює, що авторська винагорода визначається у вигляді відсотків від доходу (роялті), отриманого від використання твору або у вигляді фіксованої суми чи іншим чином. При цьому ставки авторської винагороди не можуть бути нижчими за мінімальні ставки, встановлені Кабінетом Міністрів України.

На таких самих основах може бути укладений договір про співавторство – якщо твір, створений співавторами, є нероздільним. Авторське право на такий твір здійснюється співавторами сумісно, якщо інше не зазначено в угоді, яка укладена між співавторами. Винагорода за використання твору в цілому, що створений у співавторстві, розподіляється між усіма співавторами в рівних частинах, якщо інше не вказано в угоді, що укладена між ними. [31].

Жоден із співавторів нероздільного твору не може без достатніх підстав заборонити іншим співавторам публікування твору, іншого використання або зміни твору.

Часто між фізичними особами, що працюють над твором, укладається угода про створення спільного твору. Така угода не має правового змісту при визначенні права авторства на створений твір. Справа у тому, що право авторства визначається не договором (угодою), а фактом творчої участі осіб, які підписали угоду, у створенні твору.

Створення складених творів (збірок) не є співавторством, бо складений твір об'єднує ряд самостійних творів, авторські права на котрі належать їх авторам.

Праця редактора в більшості випадків не виходить за межі службових зобов'язань і не може бути визнана співавторством. Ця праця спрямована тільки на покращення твору автора. Автор самостійно вирішує, чи погодитися йому із думкою редактора, чи ні.

Зразки типових авторських договорів подаємо у Додатку 4. Їх легко можна віднайти в Інтернеті або радимо звернути увагу на оформлення таких документів, викладених у навчальному виданні А.С. Близнюка [1]. Особливі положення прописуються Сторонами договору з огляду на необхідність.

Маючи знання з юридичного супроводження видавничого бізнесу, автор і редактор, безумовно, залишаться задоволеними й отримають виправдання своїх сподівань від реалізації видавничої ідеї.

*ПЛАН ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ  
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДНОСИН МІЖ  
РЕДАКТОРОМ І АВТОРОМ*

*Дайте відповіді на запитання.*

1. Охарактеризувати врегулювання взаємин автор/редактор на етапі до підписання угоди.
2. Назвати види видавничих договорів, що стосуються роботи з автором. Обов'язкові умови авторського договору.
3. Проаналізувати особливі умови й зобов'язання, що виникають як наслідок юридичної необізнаності авторів та редакторів.
4. Розкрити суть поняття авторського права у видавничому бізнесі.

*Самостійно виконайте таку творчу роботу.*

1. Опрацюйте матеріал Ірини Славінської [5]. Висловіть власні думки, спостереження, можливо, досвід.
2. Пошукове завдання. Проведіть моніторинг скандальних спорів, які відбувалися у суспільстві на рівні: редактор – авторська публікація – фігурант.

*ЛІТЕРАТУРА*

1. Близнюк А.С. Робота редактора над авторським оригіналом. Методичні рекомендації. – Житомир, 2006. – 52 с.
2. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23 грудня 1993 року N 3792-ХІІ
3. Закон України «Про видавничу справу» від від 05.06.1997 № 318/97-ВР
4. Підпригора О.А. Цивільне право : підручник для студентів юрид. вузів та факультетів. – К. : Вентурі., 1997. – 480 с.
5. Славінська І. Автори і видавці: хто, кого і як дурить [Електронний ресурс] // Українська Правда. Життя. – 14.06.2010. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/society/2010/06/14/50684>.
6. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К. : Наша культура і наука, 2005. – С. 201-362.
7. Цивільний кодекс України Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV

## ТЕМА 4

### АНАЛІТИКО-ПРОГНОСТИЧНА РОБОТА РЕДАКТОРА Й АВТОРА НАД ЗАПЛАНОВАНИМ ВИДАННЯМ

*Найбільша маркетингова помилка видавництва полягає у випуску книг, орієнтованих на власні інтереси, смаки, досвід, інтуїцію», через що видавець потрапляє у «петлю власних ілюзій» та продукує ринково безперспективні «безадресні видання».*

Василь Теремко, директор  
видавничого дому «Академія»

#### **4.1. Суть і значення інформаційно-аналітичної роботи у видавництві**

Аналітико-прогностична робота над проектованою книгою не завершується лише моделюванням стрижневих параметрів її концепції, тобто: зорієнтованість на задоволення масштабної, інтенсивної, актуальної потреби; смислова самодостатність і поліфункціональність; наявність беззаперечних переваг над конкурентними виданнями за найважливішими для клієнтів критеріями; відповідність інтересам суб'єктів книгорозповсюдження; самопрезентаційність; імовірність позитивної реакції лідерів думки на неї; базова готовність майбутніх споживачів придбати її; прийнятний економічний ефект.

Сучасні видавничі стратегії більше орієнтуються на утвердження індивідуальності, неповторності, унікальності, які можна узагальнити гаслом «Бути іншим!». Це передбачає створення для цільових споживачів книг як унікальних цінностей. Унікальність – це неповторний образ книги, якіснішої, ніж у подібних виданнях, споживча цінність, функціональність, естетичні параметри, здатність викликати специфічні позитивні емоції, які породжують навіть її назва, прізвище автора чи видавнича марка.

Без оновленого погляду на феноменологію й функціональність книги в інформаційну добу цивілізації, відмови від деяких догм у розумінні ролі автора й редактора (видавництва) в забезпеченні її читацького успіху видавнича наука і практика сьогодення може виявитися непродуктивною.

*Аналітика у видавництві* – це, передусім, основа інтелектуальної, логіко-мисленневої діяльності редактора, спрямованої на вирішення практичних завдань. У її основі не стільки принцип констатації фактів, скільки принцип «випередження подій», що дозволяє прогнозувати майбутній стан об'єкту аналізу (результат після виходу видання у світ).

Аналітика може виступати способом організації пізнавальної діяльності редактора, спрямованої на пошук і розкриття тих закономірностей і рушійних сил, які на момент зародження ідеї певного видавничого проекту невідомі, що іноді надає аналітичному вивченню непередбачуваний, ризикований характер. Адже, неможливо прийняти правильне рішення, не маючи в розпорядженні різнобічної інформації про явні й приховані процеси, що відбуваються в керованій структурі (автор і його мотиваційна основа) і в зовнішньому середовищі (об'єктивні чинники видавничо-редакторського процесу).

Отже, перед редактором постає непросте завдання — поєднати усі елементи редакційної системи в єдиний функціональний механізм. Для спрощення завдання керівникові редакції слід здійснювати власну дослідницьку діяльність щодо ситуації на ринку мас-медіа, а також вивчати внутрішньоредакційний клімат. Інтерпретація результатів передбачає вміння редактора поєднати отримані результати в логічний та послідовний ланцюжок - з великої кількості документів редактор обирає потрібні дані, аналізує їх, порівнює, підраховує й робить певні висновки. Тобто, застосовується метод контент-аналізу в редакторській роботі.

Застосування цього методу дає можливість редакторові отримувати кількісну оцінку якісних показників. Залежно від мети редактор може застосувати як кількісний, так і якісний контент-аналіз. При використанні кількісного контент-аналізу редактор проводить підрахунок виділених категорій, які його цікавлять. [36].

Під час написання висновків за основу беруться кількісні величини — частота появи в тексті якогось слова. Під час застосування якісного контент-аналізу акцент робиться на поглибленому вивченні змісту матеріалу, зважаючи на його зміст, де були окреслені ці категорії.

Щодо менеджерської роботи редактора, то якісний контент-аналіз є ефективнішим, бо під час його застосування редактор може визначити наявність чи відсутність певної характеристики, особливо у випадках, коли необхідно визначити прихований зміст тексту.

Такий підхід допомагає редактору в процесі дослідження конкурентів, законодавчих актів, а також у вивченні діяльності конкретних політичних діячів. Застосування редактором контент-аналізу робить можливим отримання інформації про реальні події в країні.

Аналітична робота щодо оцінювання твору ґрунтується на логічних прийомах. Тому доцільно зазначити, що основними механізмами творення суджень є зіставлення, узагальнення й абстрагування. Зіставляючи слова, фрази, фрагменти, редактор повинен зробити судження про тему фрази, фрагмента, твору на основі виділення спільного змісту для них (узагальнення) і словесного або схематичного його вираження (абстрагування).

На основі цих механізмів розробляються різні прийоми, методи, способи аналізу твору залежно від сфери й виду аналізу. Перша вимога — редактор уміє формулювати судження, тобто вміє зіставляти, узагальнювати й абстрагувати компоненти змісту. Друга вимога — редактор повинен уміти робити умовиводи стосовно аналізованого твору. Третя вимога — редактор повинен враховувати комунікативну логіку в своїх професійних міркуваннях про якість і доречність будь-яких елементів твору.

#### **4.2. Інформаційно-аналітичні основи роботи літературних агентів**

*У формулі літератури і грошей вагома – ледь не ключова – роль відводиться дійовій особі, наразі маловідомій у нас, однак украй затребуваній у західному світі – літературному агентові. Він або вона, літературний агент, до певної міри несе відповідальність за письменника.*

Остап Кінь, блогер, журналіст

Збір і аналіз інформації про середовище, в якому необхідно діяти – це невід’ємна частина стратегічного й тактичного планування будь-якої діяльності. І в першу чергу бізнесової. Щоденно свідомо або не розуміючи того ми аналізуємо безліч інформації та на підставі здійснених висновків плануємо свою діяльність. Однак слід визнати, що найчастіше це здійснюється нами безсистемно та на досить некваліфікованому рівні.

Процитуюємо професійного літературного агента в Україні Юку Гаврилову: «У цивілізованому світі давно існує інститут агентів й він пречудово діє в усіх мистецьких сферах. Художники, музиканти, письменники, актори, модельєри, фотографи... – фактично всі, хто виробляють творчий продукт, – мають своїх представників у діловому світі. Творець без агента там просто нонсенс. Без агента він невидимий для видавництва, галереї, театру, кінокомпанії тощо, бо погодьтеся, для успішної, взаємовигідної співпраці між двома різними середовищами – світом митців та світом ділових людей – мусить існувати медіатор, посередник. Знаєте, яке питання найчастіше задають тамтешнім зіркам ті, хто має мрії чи серйозні наміри розпочати кар’єру письменника або актора: “Як на самому початку ви зацікавили агента у співпраці з вами?”» [41].

Головний редактор видавництва, в якому нам довелося працювати, свою роботу починав з аналізу редакційної пошти й розмови зі штатними працівниками про їх «ідеї з ночі», що нового необхідно запланувати, чого не вистачає читачам. А потім робив висновки. Це дивувало, але таким чином він

здійснював інформаційно-аналітичну роботу, завдяки якій його видання досі популярне.

Інформаційно-аналітичні основи діяльності літературних агентів (менеджерів, посередників між редакцією та автором) – це формування цікавості видавців до «вигідного» проекту, вміння простежити минулі тенденції та спрогнозувати майбутні перспективи.

Сьогодні авторів, котрі вміють робити комерційно-привабливий текст, або авторів, котрі мають потенціал і бажання працювати, літературні агенти знайдуть скрізь. Однак конфліктними особистостями, котрі створюють проблеми агентові та видавництву ніхто не цікавиться й такі ніколи не знайдуть свого місця в інформаційному просторі України чи за кордоном.

Отже *літературний агент* – це людина, яка добре обізнана в літературно-науковому середовищі, знає всі тенденції книжкового й мультимедійного ринків, загалом, це особа, яка забезпечує можливості видання та розповсюдження твору автора.

Літературні агенти працюють під таким умовним девізом: видати книгу й поставити її на полиці магазинів можна й за свій рахунок, але шанс на те, що її відзначать, мінімальний. Необхідно знати закони ринку, спосіб функціонування системи в цілому, й лише тоді у вас з'явиться реальний шанс.

Для створення книги потрібний не лише літературний таланти, але і таланти до просування. Якщо у вас немає таланту, то, розробивши план книги, її зміст і основні постулати, ви можете найняти літературного спеціаліста, який допоможе вам довести книгу до розуму. Але цього мало. Необхідно ще зацікавити книгою видавця.

Невідомий автор на книжковому ринку не може претендувати на великі накладки, а витратитися на рекламу видавець не буде, тому що ефект може виявитися вельми невисоким.

Щоб зацікавити видавництва і читачів автор має:

- подати тему книги так, щоб вона здалася цікавою видавцеві;
- провести маркетингове дослідження ринку й виявити аналогічні видання, поглянути, наскільки добре вони продаються й чим ваша книга вигідно від них відрізняється;
- створити сайт (книги або вашого бізнесу, або і те й інше);
- продумати, де й яка реклама могла б бути розміщена (ЗМІ, Інтернет і інш.).

Але не всі автори можуть бути промовцями до своїх книг. Тут у дію вступають професіонали – агенти.

*ПЛАН ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ  
РОЛЬ АНАЛІТИКИ В ЗБАЛАНСУВАННІ ПОПИТУ Й ПРОПОЗИЦІЙ НА  
РИНКУ КНИГИ*

*Дайте відповідь на запитання*

1. Розкрийте суть аналітико-прогностичної роботи над проектом видання.
2. Аналітика й маркетинг у видавництві з боку редактора та з боку агента автора.
3. Поясніть аналітичні дії редактора щодо оцінки твору.

*Самостійно виконайте творче завдання.*

Опрацюйте матеріали, викладені на запропонованих сайтах (<http://theoryandpractice.ru/posts/6510-literaturnyy-agent-yuliya-gumen-pri-chtenii-rukopisi-dolzno-vozniknut-vozbuzhdenie-na-fizicheskom-urovne> та [http://life.pravda.com.ua/society/2012/02/16/95580/view\\_print](http://life.pravda.com.ua/society/2012/02/16/95580/view_print)). Сформууйте та висловіть своє ставлення до проблем, які обговорюються.

*ЛІТЕРАТУРА*

1. Кінь О. Наша агентура / О. Кінь // LB. Уа. Избранное для всех. – 13.08.2010. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://society.lb.ua/culture/2010/09/13/64821\\_nasha\\_agentura\\_.htm](http://society.lb.ua/culture/2010/09/13/64821_nasha_agentura_.htm)
2. Костенко Н. І. Досвід контент-аналізу. Моделі та практики / Наталія Костенко, Валерій Іванов.— К. : Центр вільної преси, 2003. — 200 с.
3. Нікіфорчук М. Контент-аналіз як складова управлінської діяльності редактора/ Н. Нікіфорчук // Вісник Львівського університету. Серія: журналістика. – Вип 34. – 2011. – С. 290-296.
4. Полукарова Н.А. Автор и редактор в концепции свободного редактирования / Н.А. Полукарова // Научно-техническая информация. Серия 1, Организация и методика информационной работы. – 2006. – № 7. – С. 32-35.
5. Партико З.В. Редагометрия — міждисциплінарна галузь знань / З.В. Партико, І.В. Огірко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2010. – № 1. – С. 108-110.
6. Хмельовська О. Гаврилова Юка: Наявність літературного агента не додає митцеві таланту, проте значно полегшує життя / О. Хмельовська // Читомо. Культурно-видавничий проект. – 04.11.2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/interview>.



## РОЗДІЛ 2 РЕАЛІЗАЦІЯ ТВОРЧОГО АСПЕКТУ РОБОТИ РЕДАКТОРА З АВТОРОМ ЧЕРЕЗ ЙОГО ТЕКСТ

### ТЕМА 5 ТЕКСТ ЯК САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ АВТОРА ТА ОБ'ЄКТ РЕДАГУВАННЯ

*Про смисл повинен думати редактор. Редактор – це фахівець, який відбирає твори для публікації або замовляє їх авторам. Він же допомагає авторові усунути недоліки, розставити акценти, виразити головну думку.*

Руфина Белкіна,  
редактор сайту «ПрофГід»

#### **5.1. Комунікативний ефект твору, на який очікує автор і який отримує редактор**

«Живий» смисл інформації полягає в тому, щоб бути повідомленою й сприйнятою. Тобто, комунікативні позиції відбивають єдність між способом вираження та очікуваним продуктом читання. Читач, у свою чергу, через текст твору входить у контакт з реальною проблемою, а тому рецептори перетворюють повідомлення на предмет, факти – на реалії життя, рекомендації – на ділові пропозиції, а описану ситуацію – на 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. Власне комунікативна ефективність матеріалу підсилюється звичкою отримання порції задоволення від написаного. Психологічні емоції й переживання читача книги набагато інтенсивніші, ніж емоції в повсякденному житті.

Опрацювати авторський оригінал означає: читати – аналізувати – критикувати – радити – пропонувати варіант – виправляти лише за потреби – власне редагувати – підтримувати автора – випускати в світ якісну продукцію.

На практиці процес редагування – це пошук і відтворення різних прийомів удосконалення тексту.

Роль редактора в процесі редагування визначається метою цього процесу й полягає в тому, що редактор є транслятором повідомлень. Як транслятор він:

- здійснює контроль за дотриманням встановлених норм у повідомленні;
- допомагає здійснити «переклад» повідомлення з внутрішньої мови автора на зовнішню мову реципієнта;
- «прив'язує» повідомлення до конкретних умов акту його передачі;
- за низкою параметрів оптимізує повідомлення.

Редагувати слід обережно, адже тільки автор знає смислове навантаження, емоції, які були присутні при творенні ним героїв свого твору, тому про доцільність композиційних елементів чи лексем у певній позиції в тексті може об'єктивно судити тільки він.

Часто мають місце об'єктивні відмінності, що виникають між автором і редактором у процесі передачі повідомлень, і спричиняють появу цілої низки неузгодженостей, знижуючи ефективність тексту.

До таких вихідних положень, на думку З. Партика, належать наступні:

- автор і редактор можуть по-різному оцінювати новизну повідомлення;
- автор і редактор можуть по-різному генерувати й сприймати модальність повідомлення;
- автор і редактор можуть використовувати для передачі повідомлення різні мови (коди), в яких аналогічні знаки (слова) можуть позначати відмінні образи й мати відмінні значення;
- автор і редактор можуть мати різні тезауруси;
- автор і редактор використовують різні механізми генерування і сприймання повідомлення (тексту);
- автор і редактор можуть використовувати різні норми опрацювання повідомлень [18].

Робота редактора над текстом літературного твору передбачає критичне читання рукопису, що дає можливість оцінити тему й проблему, зв'язок фактичного матеріалу з темою і проблемою. Ця оцінка важлива для визначення значущості змісту літературного твору.

Редактор оцінює також форму подання матеріалу, аналізуючи композицію твору й використані автором мовно-стилістичні засоби.

Над підготовкою твору до друку редактор працює разом з автором, обговорюючи з ним усі свої зауваження.

Для роботи над мовою й стилем твору дуже важливе хороше знання мови, на якій воно написано, основ практичної й функціональної стилістики.

## 5.2. Поради як працювати з авторським оригіналом

*При читанні рукопису повинно  
виникнути збудження на  
фізичному рівні.*

Юлія Гумен, літературний агент

Отримавши авторський оригінал, редактор починає другий етап видавничого процесу. У професійній літературі для видавців прописані положення продуктивної роботи, які складені на основі вироблених самими редакторами-практиками своєрідних правил, яких вони притримуються на редакційному етапі. Узагальнивши, наведемо основні:

1. Отримавши авторський оригінал невисокої якості, не варто публічно скаржитися й говорити, що жодне видавництво не прийняло б таку «абракадабру». Не можна це робити при авторіві, але й позаочі теж. «Завівши» себе, редактор потім не зможе перебудуватися на доброзичливу розмову, й автори дуже чуйні, вони на це відразу реагують.

2. При опрацювання оригіналу, слід прагнути обґрунтувати принципові зауваження, перевіряючи себе за словниками, довідниками, каталогами. Якщо автор зловить редактора на неточності або помилковості вимог, зважати на нього він надалі не буде. Обов'язково відзначати для себе, які виправлення в тексті обов'язкові, а які лише бажані. В першому випадку не може йтися про поступку авторіві, в другому – він може, не прийнявши поради, залишити свій варіант. Розмова має бути на рівних. Треба пам'ятати, що автор, на відміну від редактора, глибоко знає предмет.

3. Обґрунтувати для себе необхідність виправлення, що часто зумовлюється потребою поглянути на текст не авторським, а стороннім оком, і в ході цього погляду переконатися, чи всі складники викладу доступні. Витримати паузу від опрацювання оригіналу до фактичної зустрічі, адже буває, що при перевірці своїх зауважень редактор з'ясовує, що правка або не потрібна, або некоректна. Розуміння змісту повинне «дозріти», тому треба прагнути викроювати час для повторного перегляду роботи.

Але, головне, всі виправлення мають бути погоджені з автором, інакше можуть виникнути серйозні неприємності.

### 5.3. Виразники функцій авторського тексту, які не повинен порушувати редактор при опрацюванні рукопису

*Межі втручання редактора в авторський текст — це результат компромісу між тим, чи виправляти, і тим, чи публікувати.*

Зіновій Партико

Текст автора – це те, що перебуває на межі мовної унормованості (зрозумілості, певного комфорту при читанні). Створити цей комфорт, не порушуючи авторського твору (відображеного за допомогою тексту), – основне завдання редактора.

Логіку, що врегульовує текст, редакторів потрібно шукати в асоціаціях взаємосполучень, перенесень емоцій через текст. Адже емоційні елементи часто невиразні, невловимі, змінні явища.

Така обережність і обмеженість втручання в текст потрібна для того, щоб не порушити знакову передачу емоцій і ситуацій автора через привнесення в текст власних знаків – виходимо з багатозначності авторського тексту.

Кожен авторський текст апелює до своєї читацької аудиторії, містить відповідні елементи, які мають свої функції. Редакторів слід урахувувати такі найбільш вагомі:

- комунікативну (референтивну) – орієнтація на контекст;
- апелятивну – орієнтація на читача;
- поетичну – скерованість на повідомлення як таке, концентрація уваги на повідомленні заради ж нього;
- емотивну (експресивну) – концентрується на адресатові, щоб викликати певні емоції;
- фатичну – скерованість на контакт, призначення повідомлення для продовження або припинення комунікації; канал зв'язку (...так – так...);
- метамовну – функцію тлумачення.

Тільки після прочитання авторського твору до кінця редактор отримує: остаточне мовно-знакове впорядкування твору, послідовність частин і способів їх поєднання, а також остаточне вираження внутрішніх зв'язків і стосунків, які виникають між елементами твору.

**ПЛАН ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ**  
**РОБОТА РЕДАКТОРА НАД АВТОРСЬКИМ ОРИГІНАЛОМ**

***Дайте відповідь на запитання.***

1. Розкрити поняття авторського тексту й твору. Функції авторського тексту, які не може порушувати редактор при редагуванні.
2. Обґрунтувати коли починається творчість редактора?
3. Охарактеризувати суть роботи редактора над мовою й стилем: мета, завдання і напрями роботи. Мовно-стилістичні недоліки та їх виправлення.
4. Літературна техніка твору: вимоги стрункості й послідовності, доступності і зрозумілості.
5. Авторське кодування редакторського задуму. Вимоги точності та ясності, стислості і тональної витриманості.
6. Авторська тональність. Напруженість авторського тексту: причини й способи усунення.
7. Розкрити роль повного прочитання авторського тексту.
8. Редакторська оцінка рукописів. Критерії. Які можуть бути причини відмови авторам?

***Самостійно виконайте практичне завдання.***

Відредагуйте есе товариша, аргументуйте правки, наведіть мотивації до них. *Рольова гра*. Схвалюємо рукопис. Оцінка. Рекомендації. Аргументи «за» і «проти».

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Барт Р. Від твору до тексту // Антологія світової літературної критичної думки ХХ ст. / [за ред. М. Зубрицької]. – Львів : Літопис, 1996. – 380-384 с.
2. Мільчин А.Е. Редакторський аналіз літературного твору як складова частина теорії редагування / А.Е. Мільчин // Книга. Досл. Матеріали. – 1977. – Сб. 34.
3. Тимошик М. С. Редакторський аналіз: теоретичний і практичний аспекти / М. Тимошик // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник. – К., 2011. – Т. 44. – Липень-вересень. – С. 127-132.
4. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця / М. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2005. – С. 201-362.

## ТЕМА 6

### РЕДАКТОРСЬКИЙ ВИСНОВОК ЯК РЕЗУЛЬТАТ РЕДАКТОРСЬКОГО АНАЛІЗУ

*До формулювання практичних завдань слід поставитися уважно. Вони всілякі: оцінювання плану публікації, її заголовка, вдосконалення побудови тексту й способу викладу, вибраного автором, аналіз фактичного матеріалу й стилістичних якостей тексту.*

*Процес редакторського аналізу, формулювання редакторських зауважень, процес літературної правки опираються на ці приватні методики.*

Ксенія Накорякова, редактор

Редакторський аналіз у циклі видавничих дисциплін є окремим спецкурсом, тому тут ми торкнемося лише загальних питань, які більше стосуються його принципів та суті, й того, як зроблені висновки донести до автора.

Отже, головне завдання редагування – не правка, а всебічний аналіз змісту й форми твору. Від майстерності редакторського аналізу залежать і загальна оцінка твору, і якість усіх редакторських зауважень і виправлень.

Таким чином, можна зробити висновок, що робота редактора над рукописом – складний творчий процес, у якому виділяються два найважливіших аспекти: редакторський аналіз та практична реалізація його висновків.

Редакторський аналіз включає такі дії:

- визначення авторської теми й аналіз тематичної організації матеріалу,
- аналіз визначеної авторської теми на актуальність,
- аналіз розробки теми автором,
- аналіз розкриття теми автором,
- редакторський висновок.

Після проходження всіх етапів редактор робить комплексний висновок щодо твору («прийняти на редагування», «відхилити», «повернути авторові на доопрацювання» з окресленням напрямків вдосконалення твору). На

основі цього висновку видавець орієнтується, чи брати видання на доопрацювання з метою подальшого друку та розповсюдження.

**Редакторський висновок** — створений редактором офіційний видавничий документ, який є результатом ретельного аналізу авторського рукопису й містить максимально об'єктивну характеристику позитивних та негативних рис твору, а також рекомендації видавцеві щодо доцільності подальшої роботи над рукописом. Редакторський висновок є основною формою прийняття рішення в усній або письмовій формах.

Структура редакторського висновку:

- загальний висновок;
- конкретні висновки;
- діагноз (причини порушень);
- рекомендації авторові у вигляді програми правки (система завдань для автора або редактора).

Формулювання редакторського висновку є надзвичайно важливою справою, оскільки він виконує по відношенню до автора регулюючу, управлінську функцію.

Це той момент праці, коли встановлюється комунікативний зв'язок між редактором і автором. Зміст цього зв'язку надзвичайно важливий, адже від нього залежить реакція автора на зауваження, та й наступна робота самого автора.

Мета редакторського висновку: поставити перед автором або перед собою конкретне завдання щодо правки твору на основі наукового аналізу матеріалу.

Під час формулювання загального й конкретних висновків необхідно уникати багатозначних, неточних, поетичних висловів типу «мова твору — барвиста, соковита, яскрава; недостатньо розкрита тема» тощо.

*Висновки мають бути лаконічними, точними, конкретними, аргументованими.* Цього можна досягнути лише через постановку редакторських діагнозів, коли називається не тільки факт порушення, а й причини, що призвели до нього, тобто визначається «хвороба» твору.

Для цього необхідна система термінів, які позначали б порушення в творі та їхні причини. Так, замість формулювання тез «незрозуміла тема» потрібно давати вислів типу «твір тематично аморфний», оскільки існує визначення тематичної аморфності як неоднорідної тематичної структури, яка утворюється в результаті асоціативних тематичних відхилень. Останні зумовлюються або відсутністю усвідомленої комунікативної мети, або недосконалою роботою механізмів уваги й пам'яті.

Письмовий редакторський висновок, крім усього, є єдиним документом після аналізу твору, на який може посилатися редактор і редакція в конфліктних ситуаціях [33].

Редакторський висновок є результатом ретельного аналізу рукопису. Для того, щоб редактор міг висловити максимально об'єктивні судження

щодо твору, як вважає М. Тимошик [27], він повинен здійснити тематико-типологічний аналіз, аналіз композиції та рубрикації твору, Предметно-інформаційний аналіз, аналіз художньо-технічного оформлення та апарату видання.

#### Тематико-типологічний аналіз.

Спочатку редактор визначає актуальність теми твору, її адаптованість до потенційної цільової аудиторії, доцільність видання такого типу на книжковому ринку, суспільну значущість твору.

Спеціально для цього вдаються до маркетингових досліджень і визначають ступінь наповнення того сегменту ринку, до якого належатиме видання.

Визначається також ступінь розробленості теми автором і конкурентоспроможність книги порівняно з тематично близькими виданнями.

#### Аналіз композиції та рубрикації твору.

Редактор досліджує текст на предмет його смислових, логічних і змістових зв'язків — чи дотримана єдність часу та простору, єдність сюжету, послідовність викладу подій та структурних елементів твору.

#### Предметно-інформаційний аналіз.

Оцінювання якості фактичного матеріалу на повноту, доцільність, достовірність, співвідношення нових та вже відомих читачеві фактів.

#### Мовностилістичний аналіз.

У першу чергу редактор перевіряє відповідність мовної відповідності твору інтелектуальному та культурному рівню його цільової аудиторії.

Редактор прослідковує також стилістичну виваженість тексту, визначає його основні мовні та стилістичні вади, а також відзначає «типові» помилки та хиби конкретного автора.

#### Аналіз художньо-технічного оформлення та апарату видання.

З'ясовується, чи якісно підібрані ілюстрації, чи відповідає художнє оформлення книги потребам потенційних читачів, чи створив автор зручний апарат видання. [27].

Зрозуміло, що таке ґрунтовне опрацювання рукопису дає вичерпну відповідь і аргументи щодо схвалення чи відмови у публікації даного інформаційного продукту.

Важко регламентувати поведінку редактора через неповторність процесу оцінки оригіналу: скільки авторів, скільки рукописів, скільки редакторів, стільки і методів редагування, норм спілкування з автором. Але щоб в цьому різноманітті завжди знаходити правильний тон, необхідна властивість, про яку часом говорять скептично і яке, проте ж, визначає багато що, — редакторське чуття.



## **6.1. Алгоритм редакторського аналізу, який допоможе редактору-початківцю правильно оцінити твір автора й написати висновок**

1. Зібрати й використовувати під час аналізу об'єктивну інформацію про особистість автора, про його характер, про його стиль, про його творчий потенціал..., щоб розуміти чому саме така оцінка виникає та як донести її до автора.
2. Оцінити заголовок матеріалу (особливо це важливо в газетно-журнальній редакції) - потрібно з'ясувати, чи назва відображає основну ідею змісту, чи не є вона громіздкою (понад 10 слів); чи логічно вмотивована її побудова).
3. Відповідно до жанру оригіналу й до його канонів оцінити наскільки обґрунтована, доступна, актуальна змістова інформація; зрозуміти основну ідею твору.
4. Оцінити актуальність, новизну теми, ступінь її розробки та вираження в структурній побудові. За потреби, подумати, яким чином можна поліпшити структуру твору (наприклад, шляхом систематизації матеріалу, логіки викладу, впорядкування абзаців чи інших структурних елементів тексту, виявлення та ліквідації повторів і таке інше); гармонійність поєднання змісту й форми.  
Це дозволить конструктивно, конкретно поставити завдання перед автором і допомогти йому знайти правильний варіант.
5. Проаналізувати мову твору, винести необхідні зауваження.
6. Дати резюме твору (воно самовільно виникне як враження від прочитаного).
7. Додатково перечитавши, тезисно виділити уривки, що здалися вам важливими (це можна також зазначати протягом першого прочитання).
8. Виокремити факти, які виявилися новими для вас, оцінити повноту їх розкриття.
9. Визначити тези, які суперечать вашим поглядам, які б ви виклали по-іншому. (Редактор не повинен нав'язувати авторові своє бачення предмету опису, орієнтуючись при цьому на власні фонові знання).
10. Окреслити питання, які, на вашу думку, не розкриті тематично. Прописати схему, за якою автор міг би дати на них відповіді.

11. Дати загальну оцінку авторському оригіналу й починати написання висновку.

Поетапність виконання запропонованих дій, деякі конспекти в ході аналізу стануть основою для редакторського висновку. Його обов'язково треба починати з відзначення позитивного в творі, а потім викладати зауваження та пропозиції.

## 6.2. Етичний кодекс редактора під час підготовки висновку

*Найбільшим порушенням професійної етики називаю агресивну некомпетентність.*

Сергій Тихий, редактор

Слід враховувати також певні етичні основи роботи редактора з авторським оригіналом. На деяких з них варто акцентувати.

- Редактор повинен сумлінно, відповідально, оперативно наскільки це можливо розглянути рукопис, поданий до публікації.
- Без упередження аналізувати рукописи, оцінюючи кожен гідно, незважаючи на расову, релігійну, національну приналежність чи соціальний статус автора. Однак, редактор може взяти до уваги зв'язок розглянутого в даний момент рукопису з іншими, представленими раніше роботами тих же авторів або подібні за ідейним спрямуванням інших авторів і прийняти рішення про публікацію.
- Вся відповідальність за прийняття або відхилення рукопису лежить на редакторові. У цьому процесі часто допомагає зважений підхід до виконання обов'язків через фахову оцінку рецензента щодо якості та достовірності рукопису. Однак рукописи можуть бути відкинуті без рецензування, якщо редактор вважає, що вони не заслуговують уваги видавництва і не матимуть соціальної ваги в суспільстві.
- Редактор не повинен надавати іншим особам жодної інформації, пов'язаної з утриманням рукопису, що знаходиться на розгляді, крім осіб, які беруть участь у професійній оцінці даного рукопису. Про оцінку повідомляти авторові особисто без залучення посередників, бо часто така дія може образити автора й спровокувати конфлікт.
- Редактор повинен поважати інтелектуальну незалежність авторів. Автор приніс йому плід своїх роздумів, своє дітище, а обов'язок редактора сказати йому про хвороби, якими воно страждає, але у жодному випадку не висміювати недуги.
- Існує коло конкретних питань, у яких точки зору редактора й автора можуть не збігатися, і це не закреслює рукопис і в той же час не дає

права редакторові виправляти рукопис відповідно до власного ставлення до даного питання або факту.

- Перед тим як винести «вирок» для рукопису зрозуміти для себе: чому саме такий результат виник після його аналізу та які є можливі варіанти комунікативних ситуацій оголошення власного рішення перед автором.

*ПЛАН ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ  
РЕДАКТОРСЬКИЙ АНАЛІЗ – ПРОФЕСІЙНИЙ МЕТОД РЕДАКТОРА.  
РЕДАКТОРСЬКИЙ ВИСНОВОК – РЕЗУЛЬТАТ РОБОТИ*

*Дайте відповіді на запитання.*

1. Дайте визначення поняттю редакторський аналіз. У чому його суть?
2. Поясніть суть аналізу матеріалу твору в будь-якому аспекті (ідейно-тематичному, змістовому, композиційному, редакційно-технічному).
3. Розкрийте структуру редакторського аналізу.
4. Обґрунтуйте механізм редакторської оцінки.
5. Межі творчості і професіоналізму в роботі редактора. Творчий підхід редактора: засади і ступінь прояву.
6. Як правильно сформулювати редакторський висновок. Яке його основне призначення?
7. Пропишіть структуру і складові редакторського висновку.

*Самостійно виконайте творче завдання.*

Підготуйте редакторський висновок до журналістського твору на вибір

*ЛІТЕРАТУРА*

1. Близнюк А.С. Робота редактора над авторським оригіналом. Методичні рекомендації / А.С. Близнюк. – Житомир, 2006. – 52 с.
2. Мільчин А.Е. Редакторський аналіз літературного твору як складова частина теорії редагування // Книга. Досл. Матеріали, 1977. – С. 34.
3. Тимошик М. С. Редакторський аналіз: теоретичний і практичний аспекти / М. Тимошик. – Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник. – К., 2011. – Т. 44. – Липень-вересень. – С. 127-132.
4. Мільчин А. Э. Методика редактирования текста. Изд. 3-е, перераб. и доп. – М. : Логос, 2005. – 524 с. – С. 122.

### РОЗДІЛ 3 ПЕРЕМОВИНИ РЕДАКТОРА З АВТОРОМ ЯК ЧИННИК УСПІХУ ВИДАВНИЧОГО ПРОДУКТУ

#### ТЕМА 7 СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ТА ІНДИВІДУАЛЬНО-ОСОБИСТІСНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОГО АКТУ

*Головне у взаємодії з авторами —  
чіткість, зрозумілість, послідовність,  
обґрунтованість позиції, уникнення  
суб'єктивних смаків, емоцій,  
відсутність сумнівних компромісів.  
Василь Теремко, директор  
видавничого дому «Академія»*

#### 7.1. Складові комунікаційної компетентності редактора й автора

Комунікаційне середовище редакційно-видавничого процесу організовується довкола певної видавничої ідеї. В попередніх розділах ми розглянули типові й нетипові ситуації, що виникають на підготовчому й редакційному етапах. Тут спробуємо окреслити особливості перемовин редактора з автором у ході аналізу та після формулювання конкретних висновків.

У теорії соціальної комунікації актуальною є проблематика маніпулятивності та неманіпулятивності впливу повідомлень (Е. Аронсон, Дж. Брайант, В. Владимиров, Дж. Лалл, В. Різун). Учені розрізняють об'єкт-суб'єктний (нерівноправний) та суб'єкт-суб'єктний (рівноправний) типи спілкування. Як наголошує В. Владимиров, здебільшого міжособистісне спілкування залежить від того, як сприймають одне одного і ким бачать одне одного учасники діалогу — об'єктом чи суб'єктом?

Проблематика комунікаційної компетентності обґрунтовується такими складовими: «психологічна грамотність» комунікатора (Б. Бушелєва); соціальний інтелект особи (Л. Петровська), її внутрішньоособистісний та міжособистісний інтелекти (Г. Гарднер); ментальні, професійні, станові чинники комунікаційної компетентності особистості (В. Куніцина, Н. Казаринова, В. Погольша); обумовленість міжособистісних контактів редакторів гнучкістю, мобільністю в спілкуванні, умінням конструктивно розв'язувати конфліктні ситуації (О. Жирун) [37].

Юлія Паливода науково обґрунтувала комунікаційну систему «автор — редактор», описавши такі її ознаки: 1) базується на вільному партнерстві творчих особистостей, котрі володіють необхідними фаховими та комунікаційними компетенціями, об'єднані метою випустити якісний

видавничий продукт зі спільною відповідальністю за результат; 2) між її учасниками встановлена складна мережа міжособистісних взаємин, зумовлених професійною кваліфікацією та рівнем комунікаційної компетентності кожного з партнерів; 3) система «автор — редактор» (як підсистема) інтегрована в більш складні комунікаційні системи — видавництва, видавничу справу, інші суспільні дискурси; 4) комунікаційна система «автор — редактор» є цілісною, що впливає зі специфіки редакційно-видавничої діяльності — підготовки видання спільними зусиллями автора та редактора [16].

**Особистісні чинники**, що сприяють витворенню ефективного комунікаційного середовища редакційно-видавничого процесу:

- емоційна стабільність (автор і редактор повинні бути емоційно врівноваженими);
- екстравертність (ефективність опрацювання оригіналу підвищується, якщо автор та редактор відкриті в спілкуванні, готові реагувати на думку партнера);
- відкритість до отримання досвіду (забезпечує творчу атмосферу, потребу в самореалізації автора й редактора). Основою відкритості до отримання досвіду є домінування позиції Дитини (за термінологією трансактного аналізу Е. Берна);
- доброзичливість (визначає якість міжособистісних взаємин автора та редактора, позитивну морально-етичну атмосферу комунікаційного середовища редакційно-видавничого процесу). Основою доброзичливості є розвинутий міжособистісний інтелект (за термінологією теорії множинного інтелекту Г. Гарднера);
- свідомість (розвиненість свідомості в учасників комунікаційної системи «автор — редактор» визначає мотивованість їхньої цілеспрямованої діяльності з випуску видання.

Суттєву роль в оптимізації перебігу підготовки видання відіграють такі фахові компетенції редактора й автора:

- професійні навички й знання (організаторські здібності, знання сегмента ринку й потенційного читача, розуміння видання як частини навчально-методичного комплексу, знання наукового дискурсу, навички роботи з матеріалами до видання);
- культура мовлення, що зумовлена розвиненістю лінгвістичного інтелекту (за Г. Гарднером).

Найоптимальнішою для здійснення видавничого проекту є рольова конфігурація — «редактор-наставник — конструктивний автор».

У комунікаційному середовищі редакційно-видавничого процесу спостерігаються ділові та емоційні, конструктивні та деструктивні конфлікти. Емоційні конфлікти найнебезпечніші, оскільки породжують психологічну несумісність. Конфлікт має творчу силу, якщо подолання

комунікаційних труднощів поліпшує відносини автора і редактора, сприяє реалізації корисного для майбутнього видання рішення.

Під час конфлікту автор і редактор обирають один із типів поведінки: конкуренції, уникнення, пристосування, співробітництва, компромісу, застосування адміністративних методів. Для збереження продуктивного діалогу та відновлення позитивної емоційної парадигми комунікаційного середовища редакційно-видавничого процесу найбільш доцільним є тип співробітництва.

Для відновлення порозуміння з автором, редактору варто дотримуватися законів переконання: контрасту, очікування та зворотної дії, асоціації та впливу, послідовності, конформізму [37].

## **7. 2. Репутація автора, його мотиваційна основа та адаптивна здатність у відносинах з видавництвом.**

*Редактор працює з авторами. Справа ця нелегка й часто перетворюється на справжній поєдинок. З одного боку – редактор зі своїми естетичними принципами й концепцією видавництва, з іншої – автор. У автора є повне право відстоювати свій художній стиль, свій задум або головну ідею. Але для редактора найважче – не тоді, коли автор упирається, а коли він писати не вміє зовсім. Але чому ж видавництво з ним працює? А для цього є різні причини.*

Руфина Белкіна,  
редактор сайту «ПрофГід»

Репутація автора в читацькому середовищі, здатність його ефективно взаємодіяти з видавництвом, висока адаптивність до процесів у літературному й видавничому середовищах — надзвичайно важливі його якості. Таких авторів шукають, цілеспрямовано формують, ними дорожать. Тому не тільки якість видань, а й прізвища авторів, з якими працює видавництво, дає багато інформації про його силу і вразливі сторони, ймовірні маневри на ринку чи низьку спроможність до них.

Тому видавництву необхідно фіксувати, акумулювати, аналізувати інформацію про авторське середовище й конкретних авторів, оцінювати й прогнозувати все, що їх стосується. Це потрібно для пошуку нових імен, розвитку співпраці з авторами, які усвідомлюють і цінують взаємну вигоду, відмови від взаємодії з тими, які не приносять користі справі, дискредитують видавництво, намагаються вибудувати відносини не на діловій основі.

Практика свідчить, що автори, як і видавництва, бувають різні. Зацитуємо категорії авторів з певною мірою алегоричності, які виділив Василь Теремко [40]:

- абсолютно лояльні до видавництва, цінні з погляду створення іміджу, маркетингово ефективні автори. Вони зацікавлені в співпраці з видавництвом, знають і поділяють його маркетингові засади, орієнтуються в своїй праці на нього, відмежовуються від будь-яких спроб конкурентів переманити їх. Це основний маркетинговий ресурс видавництва;
- автори-«квочки». Вони працюють совісно, терпляче й довго. Випробовують сумнівами думки, переживають за кожне слово, бояться бути запідозреними в плагіаторстві. Більшість їхніх текстів — результат творчих осянь, інтелектуальних мук і злетів. Редактор, що поводить з текстами, як хірург в операційній, для них — «шуліка». Доки книга не буде видрукована, в стресовому стані живуть і вони, й працівники видавництва, які готували її до друку. Потім, якщо вона справді вдалася, оберігають і видавництво, і відносини з ним, стають його надійними, невгамовними, вимогливими друзями;
- самовимогливі, невпевнені в собі початківці. З часом вони можуть стати ефективними авторами. Це середовище потребує особливо детального вивчення, дбайливих старань, ставлення до нього як до гарантії перспектив. Затрачена праця не може дати абсолютного результату, але й безрезультатною не буде;
- автори-«зозулі». Для них не мають значення ні видавництво, ні якість видання, ні цінність їхнього іміджу, головне – видати написане (часто – скомпільоване) й отримати гонорар. Такі автори – джерело багатьох ризиків видавництва. Однак мало хто вберігся, щоб не потрапити в їх тенета;
- автори-«генії». Як правило, про це вони дізнаються від своїх друзів, дружин, сусідів, нещирих колег після написання першого в житті тексту або випуску в світ книги у видавництвах, які своїм обов'язком вважають хіба що оформлення обкладинки й сторінок зі службовими елементами. Будь-які спроби редактора втрутитися в текст викликають категоричний спротив. Недовіра до редактора, незрозуміння ролі, сфери компетенції, відповідальності видавця часто набуває в їхній поведінці гіпертрофованих форм. Таким авторам бракує розуміння стандартів якості видавничої продукції, вони не чують аргументів видавця. Багато з них потребують праці й часу, але зможуть реалістично оцінити користь від конструктивної взаємодії з видавництвом. З часом вони стають лояльними авторами-зірками, заслужено здобувають авторитет. Із неготовими до ділового діалогу, конструктивної співпраці краще розходитися відразу. Чим довше відтягувати цей момент, тим більше буде матеріальних, моральних, іміджевих утрат;

- автори, незадоволені умовами, наслідками взаємодії з видавництвом. Вони шукають кращих можливостей у інших видавництвах, відкриті до вигідніших пропозицій. Залежно від обставин, змісту їхніх домагань їх можна розглядати як джерело ризику чи потенціал розширення авторського кола. Однак спершу необхідно з'ясувати причини невдоволення, претензії, мотиваційну основу, можливість компромісів, а вже потім приймати рішення;
- втрачені автори. Причини цього можуть бути різні, в т.ч. ініціатива, помилки видавництва. Знати це необхідно, щоб уберегтися від нових помилок і виправити допущені;
- автори-компільатори, плагіатори, фальсифікатори. З ними не можна мати справу за жодних обставин, навіть якщо вони якимось дивом запропонують власний оригінальний твір. Будь-які кроки їм назустріч можуть завести видавництво у тінь їхньої неслави [40].

### 7.3. Психологічні умови комунікативних ситуацій і їх результати

*Якщо я кажу, що відповім через два місяці, нехай дадуть мені ще кілька тижнів! Терпіти не можу працювати з тими, хто весь час запитує, запитує, запитує.*

Олена Кощенко, редактор

«Я знаю, у вас прийнято повідомляти про своє рішення протягом декількох тижнів після отримання матеріалу, але не могли б ви відповісти мені відразу? Якщо вам не підходить моя стаття, в мене є інший, зацікавлений у ній редактор» – таке висловлювання автора під час розмови з редактором здатне припинити їхню співпрацю, ще не почавши її.

У цьому підрозділі подаються типові комунікаційні моделі, які вибивають з колії редакторів, провокують у них негативні емоції, позбавляють бажання працювати з автором взагалі.

*Ситуація 1.* Нетерплячі автори-початківці або автори, в яких занадто багато вільного часу, думають, що «невеличка» нав'язливість дозволить їм опинитися в полі зору редактора. Вони запитують: «*Коли ви опублікуєте мій матеріал?*». Це запитання викликає зворотну реакцію: роздратований надокучливим автором редактор просто відмовляється прийняти написаний твір – іноді перш, ніж він був прочитаний.

*Ситуація 2.* Можливості електронного листування й доступність контактної інформації видавництв (частіше газетно-журнального типу) дозволяють авторам надсилати свої матеріали прямо до редактора й відразу ж засипають запитаннями на зразок: «*Не могли б ви повідомити, чи*



*отримали ви мою статтю?»; «Вам сподобалася моя стаття?»; «Як вам мій рукопис?»; «В якому номері вийде моя стаття?»; «Коли ви мені відповісте?»*

Тобто, часто такі запитання надходять раніше самого матеріалу й у редакторів виникає відповідь: а чому ви думаєте, що я взагалі його куплю? Адже редактор надміру зайнятий рутинними справами з випуску видання й роботою з матеріалами штатних авторів.

*Ситуація 3. «Я розумію, що моя стаття не вписується в тематику й стиль вашого журналу, але я просто впевнений, що читачеві вона сподобається».*

Якщо автор хоче надіслати матеріал саме до цього видавництва, то йому варто поцікавитися і його стилем, і тематикою. Тому що, отримавши таким чином сформульовану пропозицію, редактор має моральне право образитися за неповагу до його інформаційного продукту й відповісти, що принципи, стиль, тематика його видання мають свої обґрунтовані підстави. Використовуйте їх! А тоді можна говорити про співпрацю.

*Ситуація 4.* Автор одночасно надсилає свій твір у декілька редакцій з проханням опублікувати його, запевняючи, що він оригінальний. При цьому автор, орієнтуючись на редакторську зайнятість, думає, що в нього не буде часу розшукувати десь цей матеріал. Однак, однією з функцій редакторської праці є інформаційний моніторинг. Тим паче, коли вже міститься натяк на «оригінальність», що апріорі викликає сумніви. Досвідчений фахівець звернеться принаймні до онлайн-пошуку й якщо побачить, що твір вже де-небудь розміщений, то заносить цього автора в чорний список і ніколи не буде з ним співпрацювати.

*Ситуація 5.* Редактор постійно нагадує авторові про свої зобов'язання віддати твір у зазначені строки. Автор, кваплячись, виконує його вчасно. Через свою зайнятість або відрядження, або відпустку редактор залишає рукопис на певний час, потім читає, поспіхом схвалює й віддає у друк. Така ситуація може спровокувати недосконале вичитування, неузгодженість деяких правок з автором, взагалі зменшити якість видання.

#### **7.4. Характер домовленостей між автором і редактором через посередників**

*Наявність літературного агента не додає митцеві таланту, проте значно полегшує життя.*

Юка Гаврилова, літературний агент

Дуже популярно в останні роки всі організаційні питання обумовлювати через посередництво особистих агентів, промовтерів. Є таке бажання і в письменників. Зрештою, хто має таку можливість, той обирає собі професіонала-менеджера, котрий у видавництва вміє «вибити»

найвигідніші умови для автора, розуміється в юридичних аспектах врегулювання відносин, тобто виконує всю «чорну» рутинну роботу.

Кожен етап переговорів автора й видавця, починаючи з демонстрації рукопису й закінчуючи публікацією книги й подальшим її розкручуванням, – це потенційний конфлікт. Літературний агент у цій ситуації стає тією нейтральною силою, яка допомагає авторові не виглядати непрофесіоналом в очах видавця, а видавцеві – не уславитися негідником і нікчемною, не здатним оцінити письменницький геній.

Навіть виділяють сьогодні як окремий шлях надходження оригіналу до редакції – через посередників-агентів. Літературних агентів можна умовно поділити на дві категорії: первинних агентів і субагентів. Первинні приймають неопубліковані рукописи, вишукують серед них твори, що стоять, і продають їх видавцям. Субагенти орієнтуються на іноземних авторів і працюють лише з опублікованими книгами. Їхня функція – знайти за кордоном перспективного письменника, підібрати для нього місцеве видавництво й забезпечити укладення контракту.

Оскільки літературними агентами, як правило, стають колишні редактори, за роки роботи у них напрацьовується певне комерційне чуття, і вони знають усі потрібні входи й виходи, то специфіка ведення розмови редактора з таким професіоналом щодо майбутнього видання полягає в тому, що він може вести бесіду з агентом у досить чітких рамках ділового спілкування, не боячись сказати гостре слівце, бути толерантним при цьому, але не шукати необхідних слів, щоб не «поранити творчу натуру», як би це було в випадку прямого контакту з автором. Обом мовцям у цій ситуації відомі комунікаційні інтенції та їхній прихований зміст.

Перед тим, як принести текст у видавництво, агент має правильно оцінити твір, бути впевненим в його літературних кондиціях та комерційних перспективах і чітко розуміти, якому видавництву і як саме запропонувати цей текст.

Агент виступає потенційним бізнес-партнером, йому так само вигідно почати продуктивну працю, як і зацікавленому в цій ідеї редакторові, оскільки обоє отримають матеріальну винагороду. Послуги агента – це супровід видання з моменту зародження ідеї й початку співпраці до зрілості книги на ринку. Цей інститут ще новий для України, але має всі виправдані шанси (за даними форуму книговидавців у Львові 2011 року).

Відтак, агент не завжди передає авторові емоційний настрій редактора, суперечливі моменти в ході розмови (які виникали, але їх вдалося вияснити), він говорить про результат: буде співпраця чи ні. Якби автор сам відчув на собі всі погляди редактора, був учасником переговорів щодо уникнення «підводних каменів», то, навіть після позитивного для себе результату, емоційне переживання й вагання могло б залишитися. Для агента головне – інтереси автора.

Однак, редактор може виконувати подвійну комунікаційну дію: з агентом, пояснюючи всі за й проти, й з автором, обговорюючи творчу ідею, концепцію, перспективи й т.п. Але практика засвідчує, що автор тільки пише текст, а літературний агент вже далі з ним працює.

На сайті літературного клубу «Маруся» (<http://marusia.org.ua>) висловлюються думки з приводу літературного менеджменту в Україні, вказується, що такий напрям є дуже перспективним, особливо в Інтернеті, адже зараз відбувається бум електронних інтерактивних книжок. Головна його функція – встановлення зв'язку між автором і читачем.

### **Характер і методики спілкування редактора з агентом:**

#### ✓ **Підготовка до перемовин:**

- психологічна підготовка (див. Додаток 2);
  - організаційна – розроблення сценарію майбутніх переговорів, який повинен передбачати різноманітні варіанти поведінки учасників, відповідні превентивні дії, спрямовані на забезпечення результату (уміти вчасно поставити потрібне запитання, тактовно зупинити обговорення, перевести розмову в іншу площину, зняти емоційну напругу тощо. Не менш важливе вміння максимально точно, ефективно й лаконічно викласти суть питання, головні ідеї, пропозиції, умови тощо. Комунікативна діяльність на переговорах передбачає також забезпечення розуміння обговорюваних проблем, використання неформальних каналів циркулювання інформації.);
  - змістовна: аналіз ситуації, що зумовила зустріч; формулювання цілей, завдання, потреб, інтересів; проектування ходу розмови, використовуючи механізм переконання; підготовка аргументованих пропозицій;
  - тактична – чітко визначити ступінь власної зацікавленості видавництва в результатах перемовин; спрогнозувати тактику, стратегію, що здатні вплинути на позицію автора чи його агента в переговорах; спрогнозувати ймовірний результат, методи його досягнення, можливі альтернативи.
- ✓ **Власне переговори** – момент істини в переговорному процесі, під час якого опрозорюються інтереси його учасників та аргументи, якими вони при цьому користуються, відбувається своєрідна конкуренція стратегій, тактик, зближення чи віддалення позицій, наслідком чого є досягнення чи відсутність результату. Оскільки спілкування відбувається на рівних (як ми зазначали, агентами стають колишні редактори або спеціалісти в галузі літератури), то редактор і агент мають право комунікативно конкурувати, використовувати професійну навіть «жаргонну» лексику.
- ✓ **Завершення переговорів та аналіз їх результатів.** Як результат – підписання угоди на співпрацю.

**ПЛАН ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ**  
**ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМИН РЕДАКТОРА Й АВТОРА. РЕДАКТОРСЬКЕ**  
**МИСТЕЦТВО – ЦЕ ПЕРЕДУСІМ МИСТЕЦТВО СПІЛКУВАННЯ З ЛЮДЬМИ**

***Дайте відповіді на запитання.***

1. Проаналізуйте суб'єктивні та об'єктивні чинники перемовин автора з редактором.
2. Поясніть, як впливає репутація автора, його мотиваційна основа та адаптивна здатність на характер відносин з видавництвом.
3. Обґрунтуйте психологічні умови і результати комунікативних ситуацій. Наведіть приклади.
4. Проаналізуйте характер перемовин з агентом в інтересах автора.

***Самостійно виконайте творчі завдання.***

1. Підготуйте тези: Автор і редактор як творчі особистості: креативний, морально-етичний і правовий аспекти.
2. Поясніть організаційно-методичні та психологічні засади співпраці автора з літературним редактором.
3. Редактор як проміжна ланка (посередник) між автором і читачем.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Паливода Ю.В. Робота з автором як складова основних фахових компетенцій редактора / Паливода Ю. // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. – Т. 31. – К., 2010.
2. Паливода Ю.В. Автор і редактор як організатори ефективного комунікаційного середовища редакційно-видавничого процесу (на матеріалі видання навчальної літератури для ВНЗ) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.06 / Паливода Юлія В'ячеславівна; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2011. – 20 с.
3. Степанов, О. М. Основи психології і педагогіки : навч. посіб. / О. М. Степанов, М. М. Фіцула. – К. : Академвидав, 2005. – 520 с.
4. Хмельовська О. Гаврилова Юка: Наявність літературного агента не додає митцеві таланту, проте значно полегшує життя / О. Хмельовська // Читомо. Культурно-видавничий проект. 04.11.2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/interview/>

## КОНТРОЛЬНА РОБОТА

### I Тест

1. У якій позиції названі основні правила роботи редактора з автором

А) редакторська робота не повинна замінити авторську; редактор не повинен вимагати або диктувати; редактор безініціативно повинен проводити редагування; редагувати завжди творчо.

Б) редакторська робота не повинна замінити авторську; редактор не повинен вимагати або диктувати; погоджуючи усі виправлення, останнє слово залишити за автором.

В) редакторська робота не повинна замінити авторську; редактор не повинен вимагати або диктувати; погоджуючи усі виправлення, останнє слово залишити за автором; редактор повинен уміти допомогти автору знайти кращий варіант.

2. Де найбільш точно перелічено виробничі функції редактора в роботі з автором

А) організаційна, редакційна, виробнича, творча, контрольна.

Б) організаційна, технічна, технологічна, контрольна, контрольно-технічна, організаційно-технічна

В) організаційна, технічна, виробнича, маркетингова.

3. У якій позиції перелічені принципи взаємин видавництва з автором

А) дотримання засад ділової етики й норм авторського права, врахування інтересів і потреб автора, індивідуальної неповторності, доброзичливості, компетентності, усунення конфліктних ситуацій

Б) індивідуальної неповторності, доброзичливості, першості й правильності позицій редактора, уникнення конфліктних ситуацій

В) партнерства, редакторської оцінки, авторської самовпевненості, уникнення конфліктів.

4. Відшукайте типи взаємовідносин редактора й автора

А) автор і редактор односторонні; редактор поступається авторові за будь-яких умов; редактор завжди йде за автором.

Б) редактор професіонал: автор і редактор односторонні; редактор одержимий, чинить психологічний тиск на автора, відбиває у нього бажання працювати надалі; редактор кропіткий, трудолюбивий, але безініціативний, легко піддається впливу нахабного і самовпевненого автора, від чого страждає якість видання

В) редактор нахабний, а автор безініціативний; редактор вказує авторові без врахування його думки; редактор кропіткий, трудолюбивий, але безініціативний, легко піддається впливу нахабного і самовпевненого автора, від чого страждає якість видання.

5. Як поділяються автори за мірою участі в творенні видання

А) редактор-квочка, редактор-неформал, редактор відповідальний.

Б) редактор- «Батько», редактор усезнаючий, редактор досвідчений, копітко працює з авторським оригіналом, править на свій розсуд, а з автором працює формально.

В) редактор досвідчений, копітко працює з авторським оригіналом, править на свій розсуд, а з автором працює формально; редактор уміє переконати, відстояти свою точку зору працює над майбутньою книгою вже з того моменту, коли починає думати про книгу сам автор стосунки з автором у нього на рівні вирішення ідейних, етичних, естетичних проблем

6. На які функції авторського тексту повинен звертати редактор особливу увагу при редагуванні

А) апелятивна, адаптивна, експресивна, фатична

Б) комунікативна, апелятивна, емотивна, метамовна, фактична, поетична

В) комунікативна, апелятивна, емотивна, експресивна, емоційна

7. У якій позиції охарактеризовано порядок роботи редактора до укладення угоди з автором

А) працювати з автором над уточненням комплектності оригіналу; визначити особливості оформлення; прогнозувати місце майбутнього видання як товару.

Б) працювати з автором над уточненням комплектності оригіналу; визначити особливості оформлення;

В) пошук автора, складання концепції, підписання угоди.

8. Суть редакторського контролю розкрито в позиції

А) оцінка, рецензування авторського оригіналу; перевірка фактичного матеріалу;

Б) вичитування відредагованого оригіналу і коректурних відбитків; забезпечення дотримання вимог та держстандартів.

В) обидва варіанти взаємодоповнюють один одного.

9. Де перелічено обов'язкові умови авторського договору

А) предмет договору, ціна, строки, права і обов'язки

Б) об'єкт договору, сторони договору, терміни виконання завдання

В) ціна договору і підписи сторін

10. У якій позиції вказано найбільш вагому передумову початку робочих взаємин редактора з автором

А) матеріальна зацікавленість автора, що свідчить про бажання працювати

Б) репутація автора

## В) мотиваційна основа автора

II. Дайте стислу відповідь на запитання:

1. Дайте визначення поняттю «аналітика у видавництві»
2. Назвіть основні рекомендації щодо забезпечення продуктивної роботи редактора з авторським оригіналом
3. Проаналізуйте суб'єктивні та об'єктивні чинники перемовин редактора з автором у редакційно-видавничому процесі

III. Напишіть есе на одну з тем:

- Які критерії оцінювання твору допоможуть редакторові посилити рівень відповідальності автора перед читачами?
- Яка роль редактора в стимулюванні авторів до написання соціально необхідних і ціннісно зорієнтованих творів, а не комерційно вигідних продуктів?
- Охарактеризуйте з позиції майбутнього редактора проблему зниження авторитету сучасних авторів або як «псевдо авторитетні» автори чи графомани впливають на сучасний літерарний процес.
- Проаналізуйте сучасні маркетингові технології популяризації авторів.
- Поясніть рентабельність такої стратегії сучасного видавничого бізнесу як: видавництво спеціалізується на пошуках «авторів-початківців», «розкручує» їх, а потім «продає» великим видавництвам.

## ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЗАЛІКУ

1. Обґрунтувати суть організаційної роботи редактора.
2. Розкрити суть фахових компетентностей редактора (організаційно-управлінська, методична, інформаційна, комунікаційна, творча, робота з автором) у ефективності редакційно-видавничого процесу
3. Назвати основні правила роботи редактора з автором.
4. Загальні та специфічні принципи роботи редактора з автором.
5. Розкрити суть підготовчого етапу редакційно-видавничого процесу відносно роботи з автором.
6. Шляхи пошуку автора – організаційно-управлінські дії редактора
7. Характер роботи редактора при моделі пошуку автора.
8. Перелічити спектр організаційно-управлінських завдань редактора при різних шляхах пошуку автора.
9. Коли починається творчість редактора?
10. Поняття авторського рукопису, авторського оригіналу. Вимоги до оформлення.
11. Що означає для редактора ознайомитися з оригіналом?
12. Редакторська оцінка рукописів. Критерії. Які можуть бути причини відмови авторам?
13. Поняття меж втручання в авторський оригінал
14. Пояснити думку: З точки зору практики – процес редагування – це пошук і відтворення різних прийомів удосконалення тексту
15. Що означає процес вдосконалення тексту з позиції реципієнта? Які логічні операції варто провести редакторові?
16. Робота редактора над мовою й стилем: мета, завдання й напрями роботи. Мовно-стилістичні недоліки та їх виправлення.
17. Літературна техніка твору: вимоги стрункості й послідовності, доступності й зрозумілості.
18. Робота над мовою твору: вимоги точності й ясності, стислості й тональної витриманості. Причини виникнення мовних штамів та способи їх усунення. Поняття норми й відступів від неї. Принцип доцільності у відборі мовно-стилістичних засобів.
19. Авторська тональність. Межі редакторського втручання. Поняття “напруги” (цікавості) тексту. Напруженість тексту: причини й способи усунення.
20. Підхід до тексту через задоволення.
21. Виразники функцій авторського тексту, які не повинен порушувати редактор
22. Дати визначення поняттю редакторський аналіз. У чому його суть?
23. Пояснити розгляд матеріалу твору в будь-якому аспекті (ідейно-тематичному, змістовому, композиційному, редакційно-технічному)



24. Структура редакторського аналізу
25. Механізм редакторської оцінки
26. Як правильно сформулювати редакторський висновок. Яке його основне призначення?
27. Структура й складові редакторського висновку.
28. Автор і редактор як творчі особистості: креативний, морально-етичний і правовий аспекти
29. Автор і літературний редактор: організаційно-методичні та психологічні засади співпраці
30. Редактор як проміжна ланка (посередник) між автором і читачем.
31. Межі творчості і професіоналізму в роботі редактора. Творчий підхід редактора: засади й ступінь прояву.
32. Які настановити в роботі редактора з «вразливими» авторами
33. Поняття конфлікту, як його залагодити. Правове регулювання спорів у редакції
34. Комунікативна компетенція редактора.
35. Основні правила роботи редактора з автором у сучасних видавництвах
36. Охарактеризувати врегулювання взаємин автор/редактор на етапі до підписання угоди
37. Проаналізувати особливі умови й зобов'язання, що виникають як наслідок юридичної необізнаності авторів та редакторів
38. Охарактеризувати відмінність між технічною, організаційно-технічною й технологічною функціями співпраці редактора з автором
39. Правила роботи з авторським оригіналом
40. Соціальний інтелект автора й редактора як основа стратегічного партнерства.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

8. Єсін А.Б. Принципи та прийоми аналізу літературного твору: навчальний посібник / А.Б. Єсін. – М., 1999.
9. Зелінська Н. В. Теоретичні засади роботи редактора над літературною формою твору. [Літературне опрацювання тексту]: навч. Посібник / Н.В. Зелінська. – К.: УМК ВО, 1989. – 76 с.
10. Друк В. Автор 2.0: новые вызовы и возможности / В. Друк // Новое литературное обозрение. – 2009. – № 100. – С. 800. – 819.
11. Іванченко Р. Г. Літературне редагування: репр. вид / Р.Г. Іванченко. – К., 2003. – 248 с.
12. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації: навч. посібник. 2-ге вид., випр. і допов / А.О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2009. – 431 с.
13. Карпенко В. О. Основи редакторської майстерності. Теорія, методика, практика: підручник / О.В. Карпенко. – К.: Університет «Україна», 2007. – 431с.
14. Мильчин А. Э. Методика редактирования текста: Учебник / А. Э. Мильчин. – М.: Логос, 2005. – 524 с.
15. Мильчин А.Э. Культура книги: Что делает книгу удобной для читателя: Справ.пособие / А. Э. Мильчин. – М.: Кн.палата, 1992. – 224 с.
16. Накорякова К. М. Литературное редактирование / К.М. Накорякова. – М.: Издательство икар, 2004. – 432 с
17. Падалко В. Знайти “золоту жилу”! Про те, як видавництва працюють з авторами [Текст] / В. Падалко // Книжк. огляд. – 2003. – № 4. – С. 36–40.
18. Паливода Ю.В. Робота з автором як складова основних фахових компетенцій редактора / Ю.В. Паливода // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник / за ред. В. В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. – Т.31. – К., 2010.
19. Полукарова Н. А. Автор и редактор в концепции свободного редактирования / Н. А. Полукарова // Научно-техническа информация. Серия 1, Организация и методика информационной работы. – 2006. – № 7. – С. 32–35.
20. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи: навч. посібник / З.В. Партико. – Львів: Афіша, 2001. – 416 с.
21. Партико З. В. Огірко І. В. Редагометрія – міждисциплінарна галузь знань / З.В. Партико, І.В. Огірко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2010. – № 1. – С. 108–110.
22. Партико З. В. Галузеве редагування в засобах масової інформації: навч. посібник / З.В. Партико. – Львів: Афіша, 2007. – 104 с.
23. Партико З. В. Редагування: творчість чи ремесло? / З.В. Партико // Вісник Книжкової палати. – 1999. – № 9. – С. 12–15.

- 24.Партико З. В. Методи творчого редагування / З.В.Партико // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – К., 2011. – № 1. – С. 114 – 120.
25. Партико З. В. Редагування матеріалів засобів масової інформації : збірник вправ / З.В. Партико. – Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2009. – 110 с.
- 26.Різун В. В. Літературне редагування : підручник / В.В. Різун. – К.: Либідь, 1996. – 240 с.
- 27.Рябинина Н.З. Технология редакционно-издательского процесса: учеб. пособие / Н.З. Рябинина. – М.: Логос, 2008. – 256 с.
- 28.Степанов, О. М., Фіцула М.М. Основи психології і педагогіки : навч. посіб. / О. М. Степанов, М. М. Фіцула. – К. : Академвидав, 2005. – 520 с.
- 29.Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця / М.Тимошик. – К.: Наша культура і наука, 2005. – С. 201-362.
- 30.Феллер М. Д., Квітко І. С, Шевченко М. Г. Довідник коректора / М.Д. Фелер, І.С. Квітко, М.Г. Шевченко. – Харків: Книжкова палата УРСР, 1972. – 408 с.

Додаткова:

- 31.Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність: підручник / В.Д. Базилевич. – К.: Знання, 2006. – 431с.
- 32.Близнюк А.С. Робота редактора над авторським оригіналом: методичні рекомендації / А.С. Близнюк. – Житомир, 2006. – 52с
- 33.Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23 грудня 1993 року N 3792-ХІІ
- 34.Капелюшний А.О. Редагування в засобах масової інформації: навч. посібник / А.О. Капелюшний. – Львів. – Паїс, 2005. – 303 с.
- 35.Мільчин А.Е. Редакторський аналіз літературного твору як складова частина теорії редагування / А.Е. Мільчин. – М., Дослідні Матеріали, 1977. – С. 34.
36. Нікіфорчук М. Контент-аналіз як складова управлінської діяльності редактора / М.Нікіфорчук // Вісник Львівського університету. Серія: журналістика. – Вип 34. – 2011. – С. 290-296.
- 37.Паливода Ю. В. Автор і редактор як організатори ефективного комунікаційного середовища редакційно-видавничого процесу (на матеріалі видання навчальної літератури для ВНЗ) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.06 / Паливода Юлія В'ячеславівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2011. – 20 с.
- 38.Паливода Юлія Сучасна навчальна книга: комунікаційні інтенції автора / Ю. Паливода // Вісник Книжкової палати. – 2011. – №3
- 39.Померанцева Г. О работе с автором [Текст] / Г. О. Померанцев // Редакторы книги об опыте своей работы / [сост. А. Мильчин]. – М. : [б. и.], 1960. – Вып. 2. – С. 3 – 44.

40. Свешнікова І.К. Технологія редакційно-видавничої справи: Навчальний посібник /І.К. Свешнікова. – М.: МГАП "Світ книги", 1995. – 116 с.
41. Славінська І. Автори і видавці: хто, кого і як дурить [Електронний ресурс] // Українська Правда. Життя. – 14.06.2010. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/society/2010/06/14/50684>.
42. Теремко В. Відкритість до змін як ключова умова стабільності видавництва / В. Теремко. – Електронний ресурс, режим доступу: <http://blog.i.ua/>
43. Теремко В. Стратегічний контекст взаємодії видавництва з авторами / В. Теремко // Журналістика. Лінгвістика. Дидактика : зб. наук. праць. – Полтава, 2010. – С. 308 – 311.
44. Харитоненко О.І. Автор літературного твору. Авторство як соціокультурний феномен у різні епохи суспільного розвитку // Харитоненко О.І. Засоби масової комунікації: література і суспільство : навчально-методичний комплекс / О.І. Харитоненко; Національний педагогічний ун-т ім. М.П. Драгоманова. – К., 2012. – 72 с. – С. 23-35
45. Харитоненко Е.И. Образ редактора в произведениях русских писателей / Е.И. Харитоненко // Русская литература. Исследования : сб. научных трудов / Киев. Нац. Ун-т им. Тараса Шевченко; Ин-т литературы им. Т.Г. Шевченко. Редкол: А.Ю. Мережинская и др. – К. : Логос, 2012. – Вып. 16. – 215 с. – С. 183-195
46. Хмельовська О. Юка Гаврилова: «Наявність літературного агента не додає митцеві таланту, проте значно полегшує життя»/ О.Хмельовська // Читомо. Культурно-видавничий проект. 04.11.2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/interview/>
47. Яши П. Об эффекте автора: современное авторское право и коллективное творчество / П. Яши // Новое литературное обозрение. – 2001. – № 48. – С. 6 –34.
48. Редакторам: як працювати з вразливими до критики журналістами [Електронний ресурс]: (джерело [osvita.telekritika.ua](http://osvita.telekritika.ua)) //Редакторський портал. – Режим доступу: <http://www.redactor.in.ua/>

## АУКЦІОН ТВОРЧИХ ІДЕЙ

Це завдання пропонується студентам як організаційно-творча робота **«Технологія організації аукціону з «продажу» творчих ідей»**

Мета аукціону – розвиток творчої ініціативи студентів стосовно підвищення престижності власної професії; моделювання робочих ситуацій за проектами, що накреслять студенти – редактори-початківці та молоді автори.

На аукціон запрошуються студенти філологічного факультету, які відкрили в собі таланти письменника і хочуть видати свої твори.

Умови проведення:

- студенти реєструють власні проекти, найцікавіші представляються у вигляді презентацій;

- студенти-автори «продають» свої інформаційні продукти редакторам (студентам видавничої справи та редагування) – ведуть з ними перемовини щодо з'ясування перспективи такого видання;

- за веденням перемовин слідкують експерти (викладачі або студенти старших курсів), записують зауваження до ведення розмови або фіксують «гострі кути», що можуть спровокувати конфлікти.

- експертна комісія визначає кращого редактора, достойного бути головою проекту.

- найцікавіші ідеї можна взяти до опрацювання, розроблену концепцію за участі студентів спеціальності «Видавнича справа та редагування» розвинути у видання. Результат можна зарахувати як залікову роботу.

## ПРОГРАМА ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОГО САМОВИХОВАННЯ МАЙБУТНЬОГО РЕДАКТОРА

### 1-й етап. Самопрограмування

Прийоми:

- написати твір на тему: «Який я у спілкуванні з людьми, від яких я залежу і з тими, хто залежить від мене»;
- написати взаємні анонімні характеристики на своїх одногрупників, у яких проаналізувати особливості прояву їх особистості у спілкуванні один з одним;
- створити імпровізовану рольову гру з утворених творчих тандемів редактор/автор з орієнтовним завданням: «Чи легко вказати на недоліки твору або зовсім відмовити. У чому полягають вагання?»

### 2-й етап. Організація безпосередньої комунікативної діяльності

Технологія:

- планування завдань на тиждень і ведення щоденника самоспостереження;
- орієнтування на ідеал комунікативної людини, намагання її наслідувати;
- намагання бути уважним до переживань і почуттів іншого, тактовно дізнатися про них, а не поспішати з повідомленням про свої проблеми;
- говорити про себе те, що хоче знати співрозмовник;
- складання орієнтовного плану усунення виявлених недоліків у спілкуванні.

### 3-й етап. Корекція програми комунікативного самовиховання з урахуванням результатів самоаналізу.

План:

- визначити ступінь потреби у товаристві, у спілкуванні;
- проаналізувати: чи легко я вступаю у контакт із незнайомими людьми, чи виникає бажання по спілкувати з другом при випадковому згадуванні його.
- Простежити: наскільки легко мене можна переконати за хсемою «переконання – наявні знання – почуття від почутого – поведінка»

### 4-й етап. Закріплення навичок.

На основі отриманих знань, комунікативної культури намагатися вести співрозмови на практиці у видавництві, при спілкуванні з колегами в студентській групі.

## УРЕГУЛЮВАННЯ КОНФЛІКТІВ ЯК КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ РЕДАКТОРА

Конфліктна ситуація – це наявність протилежних думок, потреб, інтересів. Конфлікт – це зіткнення протилежних думок, потреб, інтересів, що супроводжується негативними емоціями, тобто єдність конфліктної ситуації з конфліктною взаємодією.

Попри негативний тонус конфліктного середовища є багато позитивних моментів: опоненти отримують змогу відкрито висловлювати власні думки, заявляти про свої справжні почуття, цілі, переконання, виголошувати якнайбільше альтернативних варіантів вирішення проблемного питання.

### Умови попередження конфлікту у видавництві:

- чітке визначення конкретної мети роботи у редакції, делегування завдань і повноважень відповідно до індивідуальних особливостей і посадових інструкцій щодо організації видавничого процесу навколо авторського тексту;
- забезпечення рівних можливостей роботи усіх членів колективу;
- якщо виникає проблема, залучення усіх до її обговорення; дати змогу кожному висловитися;
- у спілкуванні з автором чи його агентом дотримуватися етики ділового такту, спілкуватися на рівних, не дозволяти переходити допустимі межі, не вимагати, а переконувати аргументами щодо власних думок, як покращити авторський оригінал;
- створювати комунікативні ситуації за правилами і прийомами, описаними у відповідному розділі цього видання (С. 46).

### Основні методики і стратегічні засоби розв'язання конфліктних ситуацій.

Досвідчений редактор здатен не лише врегулювати конфлікт на початку зародження, а й не допустити «вибуху» потенційних конфліктів і навіть використовувати їх задля покращення стосунків та самовдосконалення, тобто як прогрес творчих ідей у видавництві.

Цьому сприяють такі засоби:

- раціонально- інтуїтивна модель оволодіння конфліктною ситуацією, що дозволяє навчитися включати до роботи свідомість та інтуїцію при виборі образу дії у конфліктній ситуації одразу ж від моменту її виникнення, долаючи породжені конфліктом негативні емоції;
- метод переговорів або переговорів по суті, дозволяє навчитися розв'язувати проблеми на підставі їх якісних властивостей (по суті

справи), а не на підставі зясування позицій кожної з конфлікуючих сторін.

Варіанти дій редактора:

1) Якщо не вдається вплинути на конфліктну взаємодію, то доцільно впливати хоча б на конфліктну ситуацію, що розглядається як обхід конфлікту, тобто як його подалання, а не конструктивне розв'язання;

2) Під час замирення не допускати образи жодної з конфлікуючих сторін.



## ВИДАВНИЧИЙ ДОГОВІР

м. \_\_\_\_\_ "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 200\_р.

(вказати найменування сторони)

(надалі іменується "Видавництво") в особі

(вказати посаду, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі

(вказати: статуту, довіреності, положення тощо)

з однієї сторони, та \_\_\_\_\_

(вказати прізвище, ім'я, по батькові автора)

(надалі іменується "Автор"), з іншої сторони, (в подальшому разом іменуються "Сторони", а кожна окремо - "Сторона") уклали цей Видавничий договір (надалі іменується "Договір") про наступне:

1. У порядку та на умовах, визначених цим Договором, Автор зобов'язується створити літературний твір відповідно до вимог Видавництва та надати Видавництву дозвіл (ліцензію) на одноразове видання (відтворення й опублікування) твору та на подальше розповсюдження виданих відповідно до цього Договору примірників твору, а Видавництво зобов'язується в порядку та на умовах, визначених цим Договором, видати твір та виплатити Авторові винагороду.

2. Твір повинен відповідати наступним умовам:

- а) Жанр, призначення, тема твору \_\_\_\_\_
- б) Назва твору: \_\_\_\_\_.
- в) Мова твору \_\_\_\_\_.
- г) Відповідність проспекту, який є Додатком N \_\_\_ до цього Договору (заявці, плану, навчальній програмі);

д) \_\_\_\_\_;

е) Обсяг: від \_\_\_\_\_ до \_\_\_\_\_ авторських аркушів (віршованих рядків) із додатками й ілюстраціями.

3. Вид ліцензії, що видається за цим Договором - виключна.

4. Строк дії ліцензії, що видається за цим Договором, - \_\_\_\_\_.

5. Територія дії ліцензії, що видається за цим Договором, - \_\_\_\_\_.

6. З дня створення твору протягом строку дії ліцензії Автор не вправі видавати третім особам ліцензії на використання твору способами, визначеними у п. 1 цього Договору, на території \_\_\_\_\_.

7. Автор зобов'язується подати до Видавництва (здати на пошту для відправлення Видавництву) рукопис твору не пізніше "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 200\_ року.

7.1. Автор має право, без попереднього погодження і будь-якого дозволу Видавництва, подати рукопис твору на один місяць пізніше

визначеного терміну, якщо обсяг твору перевищує \_\_\_ авторських аркушів, і на два місяці пізніше - якщо погоджений Сторонами обсяг твору перевищує \_\_\_ авторських аркушів.

7.2. Підписаний Автором рукопис твору подається в двох примірниках, надрукований за допомогою \_\_\_\_\_ через \_\_\_ інтервали, по \_\_\_ - \_\_\_ рядків на одному боці стандартного аркушу, до \_\_\_ знаків у рядку (винятки припустимі лише у випадках, передбачених Типовим положенням про підготовку рукопису до видання, яке є Додатком N \_\_\_ до цього Договору).

7.3. Рукопис твору має подаватися до Видавництва комплектно і оформленим відповідно до вимог, що встановлюються Видавництвом, які є Додатком N \_\_\_ до цього Договору. Рукопис твору вважається зданим у належному вигляді, якщо Видавництво протягом 10 календарних днів після його отримання не пред'явило Авторіві вимоги про доукомплектування або дооформлення рукопису твору шляхом \_\_\_\_\_.

8. Видавництво зобов'язане розглянути зданий у належному вигляді рукопис твору 30-денний строк з дня \_\_\_\_\_ та письмово сповістити Автора шляхом \_\_\_\_\_ про наступне:

- схвалення твору;
- необхідність внесення до твору поправок із точним зазначенням суті виправлень, що вимагаються, у межах умов цього Договору та строків їх внесення та строків подання доопрацьованого твору;
- відхилення твору.

Доопрацьований твір Видавництво зобов'язане розглянути в 15-денний строк з дня отримання його рукопису, оформленого згідно з вимогами, викладеними в цьому Договорі. Твір вважається схваленим Видавництвом, якщо письмове повідомлення про інше не направлено Авторіві в строк \_\_\_\_\_.

9. Видавництво зобов'язане видати схвалений твір не пізніше п'яти місяців, рахуючи від дня схвалення такого твору, при фактичному обсязі рукопису твору до \_\_\_ авторських аркушів включно і не пізніше одного року - при більшому обсязі рукопису твору .

Для багатокольорових видань обсягом від п'яти до десяти авторських аркушів строк на видання Видавництвом встановлюється до 2 років.

10. Видавництво самостійно визначає оформлення примірників твору, що ним видається, за цим Договором.

11. Видавництво зобов'язується не вносити без попередньої письмової згоди Автора будь-які зміни як до тексту самого твору, так і до його назви та до позначення імені Автора.

12. Автор зобов'язується на вимогу Видавництва без особливої за те винагороди читати чисту коректуру твору в погоджені сторонами строки із врахуванням графіків руху книжкових видань у Видавництва. Видавництво

зобов'язується на вимогу Автора надавати йому можливість читати коректуру. Затримка Автором відбитків дає Видавництву право видати твір без авторської коректури або відсунути строк видання на строк \_\_\_\_\_.

13. Видавництво має право видати твір будь-яким тиражем, що не перевищує \_\_\_\_\_.

14. Видавництво зобов'язується виплатити Авторіві винагороду із розрахунку \_\_\_\_\_ грн. за один авторський аркуш (віршований рядок).

15. Винагорода виплачується Авторіві Видавництвом у строк \_\_\_\_\_ шляхом \_\_\_\_\_:

16. Видавництво зобов'язане за вимогою Автора надати останньому безоплатно після видання твору \_\_\_\_\_ його примірників шляхом \_\_\_\_\_ у строк \_\_\_\_\_.

17. У випадку порушення Договору Сторона несе відповідальність, визначену цим Договором та (або) чинним в Україні законодавством.

18. Порушенням Договору є його невиконання або неналежне виконання, тобто виконання з порушенням умов, визначених змістом цього Договору.

19. Сторона не несе відповідальності за порушення Договору, якщо воно сталося не з її вини (умислу чи необережності).

20. Сторона вважається невинуватою і не несе відповідальності за порушення Договору, якщо вона доведе, що вжила всіх залежних від неї заходів щодо належного виконання цього Договору.

21. Цей Договір вважається укладеним і набирає чинності з моменту його підписання Сторонами та скріплення печаткою Видавництва.

22. Строк цього Договору починає свій перебіг у момент, визначений у п. 21 цього Договору, та закінчується \_\_\_\_\_.

23. Закінчення строку цього Договору не звільняє Сторони від відповідальності за його порушення, яке мало місце під час дії цього Договору.

24. Якщо інше прямо не передбачено цим Договором або чинним в Україні законодавством, зміни у цей Договір можуть бути внесені тільки за домовленістю Сторін, яка оформлюється додатковою угодою до цього Договору.

25. Зміни у цей Договір набирають чинності з моменту належного оформлення Сторонами відповідної додаткової угоди до цього Договору, якщо інше не встановлено у самій додатковій угоді, цьому Договорі або у чинному законодавстві України.

26. Якщо інше прямо не передбачено цим Договором або чинним законодавством України, цей Договір може бути розірваний тільки за

домовленістю Сторін, яка оформлюється додатковою угодою до цього Договору.

27. Цей Договір вважається розірваним з моменту належного оформлення Сторонами відповідної додаткової угоди до цього Договору, якщо інше не встановлено у самій додатковій угоді, цьому Договорі або у чинному законодавстві України.

28. Усі правовідносини, що виникають з цього Договору або пов'язані із ним, у тому числі пов'язані із дійсністю, укладенням, виконанням, зміною та припиненням цього Договору, тлумаченням його умов, визначенням наслідків недійсності або порушення Договору, регулюються цим Договором та відповідними нормами чинного законодавства України, а також звичаями ділового обороту, які застосовуються до таких правовідносин на підставі принципів добросовісності, розумності та справедливості.

29. Після підписання цього Договору всі попередні переговори за ним, листування, попередні договори, протоколи про наміри та будь-які інші усні або письмові домовленості Сторін з питань, що так чи інакше стосуються цього Договору, втрачають юридичну силу, але можуть враховуватися при тлумаченні умов цього Договору.

30. Сторони несуть повну відповідальність за правильність вказаних ними у цьому Договорі реквізитів та зобов'язуються своєчасно у письмовій формі повідомляти іншу Сторону про їх зміну, а у разі неповідомлення несуть ризик настання пов'язаних із ним несприятливих наслідків.

31. Додаткові угоди та додатки до цього Договору є його невід'ємними частинами і мають юридичну силу у разі, якщо вони викладені у письмовій формі, підписані Сторонами та скріплені печаткою Видавництва.

32. Всі виправлення за текстом цього Договору мають юридичну силу та можуть враховуватися виключно за умови, що вони у кожному окремому випадку датовані, засвідчені підписами Сторін та скріплені печаткою Видавництва.

33. Цей Договір складений при повному розумінні Сторонами його умов та термінології українською мовою у двох автентичних примірниках, які мають однакову юридичну силу, - по одному для кожної зі Сторін.

### **РЕКВІЗИТИ ПІДПИСИ СТОРІН**

**ВИДАВНИЦТВО**

**АВТОР**

---

#### **ПІДПИСИ СТОРІН**

**За ВИДАВНИЦТВО**

**АВТОР** \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

**Керівник** \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

**М. П.**

**ДОГОВІР  
ПРО ПЕРЕДАННЯ ВИКЛЮЧНОГО МАЙНОВОГО ПРАВА НА  
ВИКОРИСТАННЯ ЛІТЕРАТУРНОГО ТВОРУ**

м. \_\_\_\_\_ "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 200\_ р.

\_\_\_\_\_ (вказати прізвище, ім'я, по батькові автора)  
(надалі іменується "Автор"), з однієї сторони,  
та \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (вказати найменування сторони)  
(надалі іменується "Видавництво") в особі \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (вказати посаду, прізвище, ім'я, по батькові)  
що діє на підставі \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (вказати: статуту, довіреності, положення тощо)  
з іншої сторони, (в подальшому разом іменуються "Сторони", а кожна окремо - "Сторона") уклали цей Договір про передання виключного майнового права на використання літературного твору (надалі іменується "Договір") про наступне:

**1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ**

1.1. В порядку та на умовах, визначених цим Договором, Автор за плату у повному обсязі передає Видавництву належне Авторіві виключне майнове право на використання літературного твору, визначеного у п. 1.2 цього Договору (надалі іменується "твір"), а Видавництво зобов'язується сплатити Авторіві винагороду.

1.2. Твір має наступні ознаки та характеристики: \_\_\_\_\_.

1.3. Виключне майнове право на використання твору, яке за цим Договором передається від Автора до Видавництва, охоплює усі дії (способи), що визначені як використання твору у чинному законодавстві України, але не охоплює право Автора дозволяти або забороняти використання твору.

1.4. Виключне майнове право на використання твору, яке за цим Договором передається від Автора до Видавництва, вважається належним Видавництву з \_\_\_\_\_.

1.5. Автор зобов'язується передати Видавництву рукопис твору не пізніше "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 200\_ р. шляхом \_\_\_\_\_.  
Передача рукопису оформлюється Актом приймання-передачі у строк \_\_\_\_\_ шляхом \_\_\_\_\_.

1.6. Підписаний Автором рукопис передається в двох примірниках, надрукованих на лазерному принтері шрифтом Times New Roman, через

півтора інтервали, по 28 - 30 рядків на одному боці стандартного аркуша А4, до 60 знаків у рядку, кількість сторінок \_\_\_\_\_.

## **2. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН ЗА ПОРУШЕННЯ ДОГОВОРУ**

2.1. У випадку порушення Договору, Сторона несе відповідальність, визначену цим Договором та (або) чинним законодавством України.

2.1.1. Порушенням Договору є його невиконання або неналежне виконання, тобто виконання з порушенням умов, визначених змістом цього Договору.

2.1.2. Сторона не несе відповідальності за порушення Договору, якщо воно сталося не з її вини (умислу чи необережності).

2.1.3. Сторона вважається невинуватою і не несе відповідальності за порушення Договору, якщо вона доведе, що вжила всіх залежних від неї заходів щодо належного виконання цього Договору.

## **3. ПЛАТА ТА РОЗРАХУНКИ**

3.1. Видавництво зобов'язується сплатити Авторіві плату в розмірі \_\_\_\_\_ грн. у строк \_\_\_\_\_ шляхом \_\_\_\_\_.

## **4. ВИРІШЕННЯ СПОРІВ**

4.1. Усі спори, що виникають з цього Договору або пов'язані із ним, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами.

4.2. Якщо відповідний спір неможливо вирішити шляхом переговорів, він вирішується в судовому порядку за встановленою підвідомчістю та підсудністю такого спору відповідно до чинного законодавства України.

## **5. ДІЯ ДОГОВОРУ**

5.1. Цей Договір вважається укладеним і набирає чинності з моменту його підписання Сторонами та скріплення печаткою Видавництва.

5.2. Строк цього Договору починає свій перебіг у момент, визначений у п. 5.1 цього Договору та закінчується \_\_\_\_\_.

5.3. Закінчення строку цього Договору не звільняє Сторони від відповідальності за його порушення, яке мало місце під час дії цього Договору.

5.4. Якщо інше прямо не передбачено цим Договором або чинним законодавством України, зміни у цей Договір можуть бути внесені тільки за домовленістю Сторін, яка оформлюється додатковою угодою до цього Договору.

5.5. Зміни у цей Договір набирають чинності з моменту належного оформлення Сторонами відповідної додаткової угоди до цього Договору, якщо інше не встановлено у самій додатковій угоді, цьому Договорі або у чинному законодавстві України.

5.6. Якщо інше прямо не передбачено цим Договором або чинним законодавством України, цей Договір може бути розірваний тільки за

домовленістю Сторін, яка оформлюється додатковою угодою до цього Договору.

5.7. Цей Договір вважається розірваним з моменту належного оформлення Сторонами відповідної додаткової угоди до цього Договору, якщо інше не встановлено у самій додатковій угоді, цьому Договорі або у чинному законодавстві України.

## **6. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ**

6.1. Усі правовідносини, що виникають з цього Договору або пов'язані із ним, у тому числі пов'язані із дійсністю, укладенням, виконанням, зміною та припиненням цього Договору, тлумаченням його умов, визначенням наслідків недійсності або порушення Договору, регулюються цим Договором та відповідними нормами чинного законодавства України, а також звичаями ділового обороту, які застосовуються до таких правовідносин на підставі принципів добросовісності, розумності та справедливості.

6.2. Після підписання цього Договору всі попередні переговори за ним, листування, попередні договори, протоколи про наміри та будь-які інші усні або письмові домовленості Сторін з питань, що так чи інакше стосуються цього Договору, втрачають юридичну силу, але можуть враховуватися при тлумаченні умов цього Договору.

6.3. Сторони несуть повну відповідальність за правильність вказаних ними у цьому Договорі реквізитів та зобов'язуються своєчасно у письмовій формі повідомляти іншу Сторону про їх зміну, а у разі неповідомлення несуть ризик настання пов'язаних із ним несприятливих наслідків.

6.4. Відступлення права вимоги та (або) переведення боргу за цим Договором однією із Сторін до третіх осіб допускається виключно за умови письмового погодження цього із іншою Стороною.

6.5. Додаткові угоди та додатки до цього Договору є його невід'ємними частинами і мають юридичну силу у разі, якщо вони викладені у письмовій формі, підписані Сторонами та скріплені печаткою Видавництва.

6.6. Всі виправлення за текстом цього Договору мають юридичну силу та можуть враховуватися виключно за умови, що вони у кожному окремому випадку датовані, засвідчені підписами Сторін та скріплені печаткою Видавництва.

6.7. Цей Договір складений при повному розумінні Сторонами його умов та термінології українською мовою у двох автентичних примірниках, які мають однакову юридичну силу, - по одному для кожної із Сторін.

## **РЕКВІЗИТИ СТОРІН**

*Навчальне видання*

**Марків Олександра**

## **РОБОТА З АВТОРОМ**

Навчально-методичний комплекс



Підписано до друку 17.12.2013 р. Формат 60x84/16.

Папір офісний. Гарнітура Times New Roman.

Ум. др. арк. 4,18. Обл.-вид. арк. 3,55.

Зам. № 068.

Віддруковано з оригіналів.

---

Видавництво Національного педагогічного університету  
імені М.П. Драгоманова. 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9  
Свідоцтво про реєстрацію ДК № 1101 від 29.10.2002. (044) 234-75-87  
Віддруковано в друкарні Національного педагогічного університету  
імені М.П. Драгоманова (044) 239-30-26

**Робота видана за кошти університету!  
Продажу не підлягає!**