

3. Теремко В. Стратегічний контекст взаємодії видавництва з авторами / В. Теремко // Журналістика. Лінгвістика. Дидактика : зб. наук. праць. – Полтава, 2010. – С. 308 – 311.

Марків А. Фактори ефективного співробітництва редактора з автором в видавничому процесі

Стаття присвячена організації взаимоотношень видавництва з авторами, в частині, виділені і проаналізовані фактори ефективного співробітництва редактора з автором, запропоновано алгоритм і етичні основи роботи з авторським оригіналом.

Ключові слова: редактор, автор, редакційно-видавничий процес, фактори ефективних взаимоотношень.

Markiv O.T. Factors of effective cooperation of the editor with the author in publishing process

Article is devoted to the organization of relationship of publishing house with authors, in particular factors of effective cooperation of the editor with the author are allocated and analysed, the algorithm and ethical bases of work with the author's original is offered.

Keywords: editor, author, publishing process, factors of effective relationship.

УДК 070:050 (477)

Н.М. СИДОРЕНКО
доктор філол. наук

ТРАДИЦІЇ Й УРОКИ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

У статті розглядаються проблеми, які набули розголосу в українській пресі початку ХХ ст. і згодом повторилися в мас-медіа незалежної України кінця ХХ – початку ХХІ ст.

Відсутність духовної єдності та історичної спорідненості в духовно-культурній сфері, «невивчені» уроки минулого та проігноровані традиції відстоювання національних пріоритетів (зокрема у сфері соціальних комунікацій) не зняли з порядку денного питання столітньої історії: як виховати українського громадянина.

Ключові слова: традиції, українська преса, національні пріоритети.

Одвічне історіософське питання «Хто ми, що ми, чого нам треба?», що прозвучало зі сторінок української преси початку ХХ ст., неодноразово повторено в незалежній Україні на межі ХХ–ХХІ ст. в інтерпретації «Чиїх батьків ми діти, ким, за що закуті?».

Пробудження української нації, потреба свободи рідного слова в межах Російської імперії (жодного суто українськомовного періодичного видання до листопада 1905 р. на Східній Україні) і досягнення конституційних прав призвели до появи 45 газет і журналів у 1905–1914 рр. та збільшення цієї кількості принаймні втричі в 1917 р.

Лейтмотив публікацій у пресі таких редакторів, видавців, публіцистів, як М. Грушевський, В. Винниченко, М. Шаповал, С. Петлюра, М. Міхновський, С. Єфремов, М. Вороний, як і їхніх державотворчих ініціатив періоду

національно-визвольних змагань, – відстоювання національної істини, «емансипація українства», виразна індивідуальність, соборність (цілісність) України (І. Франко: «... Ми повинні навчитися чути себе українцями», М. Грушевський: «Українці мусять стати нацією»).

Відсутність духовної єдності та історичної спорідненості в духовно-культурній сфері, «прокляте» мовне питання, подвійні стандарти в галузі інформаційної політики (кількісні показники ЗМІ не стали якісними результатами української преси) не зняли з порядку денного запитання столітнього минулого: «Як стати українцем?», «Якої України прагнемо?».

Якщо озирнутися в минуле, відстежити події з так би мовити «національним забарвленням» столітньої давнини, то виявиться їхня суголосність із сьогоденними проблемами України: відсутність свободи слова, засилля чужомовних медіа, брак національної впевненості й самоповаги.

Ще на початку ХХ ст., із розгалуженням української періодики на Заході та Сході України («Літературно-науковий вісник», «Хлібороб», «Рідний край», «Громадська думка», «Рада», «Нова громада», «Дніпрові хвилі», «Світло», «Молода Україна» та ін.) були проголошені гасла: «Самостійна Україна!» (М. Міхновський), плекання української нації (І. Франко та М. Грушевський), «ширення національної свідомості засобами преси» (Є. Чикаленко).

Відверто й ґрунтовно ці питання розглядалися в статтях «Національне питання й автономія», «Єдність чи розпадання?», «Наші вимоги», «Розбурханий мурашник», «Про мову», «В єднанні сила» М. Грушевського. Його ідеї підхопило молоде покоління публіцистів і політиків, які прискіпливо розглядали феномен національного, осмислювали своєрідність національної вдачі, психологію розумового й емоційного розвитку українського народу, перспективи його подальшої долі.

Практична настанова видавця й мецената Є.Чикаленка («Любити Україну не тільки до глибини серця, а й до глибини своєї кишені») не всім була зрозумілою.

Вкладаючи кошти в розвиток національної періодики та книги (такими помічниками на видавничій національній ниві були Олена Пчілка, В. Леонтович, В. Симиренко, Л. Жебуньов, М. Міхновський, Л. Юркевич та ін.), свідома українська громадськість розраховувала на те, що зможе навчити своїх читачів рідній мові, допоможе побачити батьківщину очима істинних патріотів, зуміє об'єднати народ, котрий згодом віднайде і виплекає своє державне коріння.

Проблеми розбудови майбутньої держави у новонародженій пресі 1905–1914 рр. проступають невиразно, часом політичновибухово чи декларативно, але вже вияскравлюються стежки до самостійності, самовизначення; їх проповідують зі шпальт преси громадські діячі, видавці й журналісти, вчені й письменники, педагоги й студенти, які пізніше, у вирішальну мить 1917–1920 рр. творитимуть незалежну Українську державу.

Тяжкою виявилася доля національної преси та її творців. Українська інтелігенція, як засвідчує досвід, пройшла шлях «непочутих пророків»;

«будителів», приречених на «героїчну самоту й Мойсееве страждання»; та, здолавши всі кола вигнання й внутрішнього бунту, мури й перепони урядово-імперського свавілля, творчі сили народу оживали, поступово визрівало усвідомлення національного обов'язку.

Чимало діячів української преси впродовж ХХ ст. (як і попереднього ХІХ ст.) були тими трудівниками-каменярами, що піднімали важку ношу культурно-розумового й національного освідомлення й виховання, й самі здобувалися на малоприступні вершини національної ідеї.

Це був неминучий шлях сходження й розвитку для самої української преси, що сіяла свої зерна по всіх світах. Це було й виснажливе творче випробування для тих діячів, котрі свідомо стали на несходжені стежки українського друку. Це була раз і назавжди обрана доля нашої національної еліти, яка не тільки виборювала собі право на існування, а й нерідко шукала через пресу можливості подвигнення народу, розбудови його власного національного космосу й встановлення стосунків із цивілізованим світом інших народів.

Пильніше придивимося до тих сучасних – суспільних, культурно-духовних, медійних проблем, що не тільки не знайшли гідного демократичного вирішення в незалежній Україні, а й набули спотворених і парадоксальних форм. Загалом світ ЗМК в Україні існує у вимірах економічної незалежності (радіше – залежності), морально-етичної відповідальності (чи безвідповідальності), свободи думки (або міфу про плюралізм думок), мови (юридично кволого статусу української мови як єдиної державної), патріотизму (псевдопатріотизму, підтриманого потужними проявами «однойродіни», «спільної колиски», «руськості»).

На берегах цих пунктирних проблем залишають нерозпізнаними в мас-медіа значні для розвитку держави поняття, як людська гідність українця, національне самовідчуття як суть внутрішніх духовно-культурних параметрів; як «друга шкіра» людини.

Досі таємною залишається інформація про власників окремих мас-медіа та медіахолдингів в Україні (це бізнесово-політичні структури, монополістичний сегмент національного інформаційного простору), відсутні механізми врахування ефективності їхньої діяльності; чимало ЗМК – політично заангажовані (значна частина видань – це проекти політичного впливу, причому не завжди національно й державно толерантного).

Неправдивими часом залишаються тиражі друкованої періодики (передусім – це механізм отримання додаткових коштів од реклами). Прибутковими, на думку експертів журналу «Телекритика», є тільки ділові видання, проте кількість друкованих ЗМІ в Україні не зменшується. Тільки за передплатним каталогом Державного підприємства по розповсюдженню періодичних видань «Преса» на 2013 р. представлено 1680 журналів, 1230 газет і 60 електронних видань; на 2014 р. відповідно – 1620, 1260 і 30 [2].

За понад двадцять років незалежності в Україні зареєстровано та перереєстровано більше 31 тисяча друкованих ЗМІ. В деякі роки (2007, 2009)

Міністерство юстиції констатувало: щодня в державі реєструють 5 нових періодичних видань. Якщо чисельність населення в Україні приблизно 45,5 млн., то це означає, що концентрація періодики в країні складає майже один часопис на кожні 1,5 тисячі населення всіх вікових категорій, включно з дітьми. Це непогані показники, що дозволяють констатувати: попит на друковані медіа існує, пресі не загрожує вимирання, принаймні найближчим часом. Але високі кількісні показники не тільки абстрактні (скажімо, з 31 тисячі зареєстрованих все ж існує реально трохи більше 3 тисяч зареєстрованих в Україні, а це – 10 частина), а й досить неякісні.

Наприклад, серед глянцевиx жіночих видань нині в нас немає жодного українськомовного. Серед впливових інформаційно-аналітичних місячників і тижневиків тільки два виходять у світ державною мовою («Український тиждень» і «Країна»).

Останніми роками збільшилася кількість газет і журналів, що видаються двома мовами: українською і російською (при цьому російськомовна преса наростила свої потужності впродовж 2010–2011 рр.). Зрештою, Закон України «Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні» 1992 р. із змінами та доповненнями пізнішого часу зберігає постійним формулювання статті 4, де констатується: «Друковані засоби масової інформації в Україні видаються державною мовою, а також іншими мовами».

Отже, державна мова не має пріоритетів. «Інша мова» на 98 % – це російська. Тиражі російськомовних видань у кілька разів переважають українськомовні.

В Україні 2012 року випуск книг і брошур російською мовою збільшився на 75 %. Загальний тираж газет і журналів, що видаються в нас російською мовою, налічував близько 32 млн. (інакше кажучи – 0,7 видань на кожну людину будь-якого віку, тобто майже 1,5 видання на 2 людини).

Таку перспективу для України оприлюднив тодішній глава адміністрації президента Росії С. Нарішкін, виступаючи в Києві на XIII Всесвітньому конгресі російськомовної преси (2011 р.).

Російський чиновник підкреслив такі факти: Україна на теренах СНД є одним із лідерів із видавництва російськомовних ЗМІ та книг; тому й надалі російська мова відіграватиме велику роль у розвитку гуманітарних зв'язків [3].

Парадокс: кількість зареєстрованих друкованих та електронних ЗМІ в Україні збільшується, а кількість передплатників зменшується. Підвищення тарифів «Укрпошти» в 2014 р. призвело до зменшення передплати. За офіційними даними Укрпошти, в 2013 р. на одну сім'ю припадало 1,10 примірника друкованої періодики, в 2014 р. – 1,03, на одного громадянина, відповідно, 0,37 та 0,34 [4].

Так, серед дитячої преси найбільші накладі мають міжнародні бренди, що зареєстровані не тільки в Україні, а передусім у Росії і розповсюджуються у Білорусі та Казахстані (наприклад, «Marvel», «Gormiti», «Huntik», «Дамыэпохи», «Животные та ферме», «Пистолетики», «Машинки» і т.д.), – 500 тисяч примірників!

Українські пізнавально-розважальні дитячі журнали («Ангелятко», «Ангеляткова наука», «Куля», серія «Пізнайко», «Мамине сонечко», «Паросток», «Яблунька» та ін.) мають тиражі від 3 до 15 тисяч примірників щомісячно. Деякі з них існують на межі виживання, переходять на неперіодичні чи електронні форми.

З багатьох газет і журналів (а дитяча аудиторія – це те майбутнє нашої держави, яке вже сьогодні має розуміти свою українськість, тобто ідентифікувати себе з Україною) починає зникати духовно-ціннісна й патріотична проблематика, література високого гатунку.

Увиразнення лише окремих гірких фактів із сфери сучасного функціонування мас-медіа в Україні дозволяє проводити історичні паралелі. Невипадково академік І. Дзюба у книзі «Нагнітання мороку» вдається до духовного контексту столітньої давнини: від чорносотенців початку ХХ ст. до українофобів початку ХХІ ст. [1].

Учений доводить, що «українобивча тактика» формувалась у Російській імперії давно, доклав до неї свою руку і київський цензор С. Щоголев, який у 1912 р. дав чіткі рекомендації щодо ефективного впровадження русифікації, аби подолати будь-які прояви «південноросійського сепаратизму». Його головні правила: спрямувати в російське русло шкільну освіту, відучити молоде покоління від рідної мови, не допустити до народу українських проповідників та національну пресу – ось ті підвалини, що «геніально» запроваджуються сьогодні бюрократами в Україні.

На жаль, гіркі уроки минулого не працюють. «Поза межами можливого» залишаються надії на мудрий уряд, національно свідомих представників бізнесу, патріотично налаштованих політиків, громадянську відповідальність всіх мас-медіа та журналістів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дзюба І. Нагнітання мороку : від чорносотенців початку ХХ століття до українофобів початку століття ХХІ / Іван Дзюба. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2011.
2. Каталоги періодичних видань на перше півріччя 2014 р. Електронний ресурс // Режим доступу: http://presa.ua/online/ukr1/alpha.php?page=1&type_show=1&finger=%CF
3. Москва похвалила Україну за поширення російської мови Електронний ресурс // Режим доступу: <http://tsn.ua/ukrayina>.
4. Підвищення тарифів «Укрпошти» призвело до зменшення передплати на 2014 рік // Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/rinok/print/90508>

Сидоренко Н. Традиции и уроки украинской прессы начала ХХ столетия

В статье рассматриваются проблемы, которые приобрели огласку в украинской прессе начала ХХ ст. и впоследствии повторились в масс-медиа независимой Украины конца ХХ – начала ХХІ ст.

Отсутствие духовного единства и исторического родства в духовно-культурной сфере, «невыученные» уроки прошлого и проигнорированные традиции отстаивания национальных приоритетов (в частности в сфере социальных коммуникаций) не сняли с повестки вопроса столетней истории: как воспитать украинского гражданина.

Ключевые слова: традиции, украинская пресса, национальные приоритеты.

Sydorenko N. Traditions and lessons of the Ukrainian Press of the early twentieth century

This article discusses issues that have gained publicity in the Ukrainian press the beginning of the XX century. and subsequently repeated in the media independent Ukraine late XX - early XXI century.

Lack of spiritual unity and istoricheskogorodstva spiritual-cultural sphere, "unlearned" the lessons of the past and ignored the tradition of upholding national priorities (in particular in the field of social communication) is not removed from the agenda the question centennial history: how to raise a Ukrainian citizen.

Keywords: tradition Ukrainian press national priorities.

УДК 070.48

О.І. ХАРИТОНЕНКО
кандидат філол. наук

ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ТИПУ ВИДАННЯ В СУЧАСНИХ ГАЗЕТАХ

У статті показано, як здійснюється визначення типу видання редакторами провідних сучасних українських газет на практиці, та проаналізовано, як ці визначення корелюють із усталеною в науці й стандартизованою класифікацією періодичних видань.

Ключові слова: типологія газетних видань, вид і девіз газетного видання, вихідні відомості газетного видання.

Класифікація періодичних видань представлена в ДСТУ 3017-95. «Видання. Основні види, терміни та визначення» [4]. Протягом останніх років з'явилося чимало наукових публікацій, у яких порушуються питання типологічної визначеності газет і журналів. Маємо на увазі статті Ю. Бужинської [1], Т. Давидченко [2], Г. Дзюбенко [3], В. Кобишевої [5], М. Недопитанського [6], В. Шевченко [7; 8] та ін. Однак навіть побіжне ознайомлення з вихідними відомостями сучасних газет переконує, що уявлення про видову характеристику видань у редакторів-практиків неточне і приблизне. Саме тому проблему співвідношення наукових і практичних аспектів типології періодики вважаємо актуальною.

Основна мета статті – створити якомога більш повну картину того, як у сучасних газетних виданнях визначений їхній вид.

Навіть побіжний перегляд усіх елементів вихідних відомостей видань демонструє, що типологічні характеристики або не зазначаються взагалі, або представлені фрагментарно, або ж подані з певними суперечностями (наприклад, на першій сторінці визначено, що маємо справу з газетою, на останній вказано, що це журнал). Окреслимо ситуацію детальніше.

У газетах «Аргументы недели», «Газета Киевская», «Газета по-киевски», «Зелена планета», «Известия в Украине», «Киевский телеграф»,

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

НАША ШЕВЧЕНКІАНА



АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

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

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ДОПОВІДЕЙ

ВИПУСК IV

ВИПУСК ПРИСВЯЧЕНИЙ 200-РІЧЧЮ З ДНЯ НАРОДЖЕННЯ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Київ-2014

СКЛАД РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:

Висоцький Анатолій Васильович – кандидат філологічних наук, директор Інституту української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка НПУ ім. М.П. Драгоманова
Жадько Віктор Олексійович – доктор філософських наук, професор, академік Академії вищої освіти України, завідувач кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

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

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

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

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

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

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

РЕЦЕНЗЕНТИ:

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

Вартанов Григорій Іванович – доктор історичних наук, професор

Рекомендовано до друку

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

Протокол засідання кафедри № 6 від 17 лютого 2014

Затверджено

на засіданні Вченої Ради Інституту української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка НПУ імені М.П. Драгоманова.

Протокол засідання № 9 від 23 квітня 2014

A18 Актуальні проблеми теорії соціальних комунікацій: Матеріали науково-звітної конференції викладачів кафедри журналістики Інституту української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка НПУ ім. М.П. Драгоманова : збірник наукових доповідей : Наша шевченкіана / Інститут української філології НПУ ім. М.П. Драгоманова. Випуск IV. – К. : Ореол-сервіс, 2014. – 88 с.

У більшості публікацій збірника розкривається значення постаті Т.Г. Шевченка в розвитку видавничої справи в Україні, другий розділ присвячений актуальним проблемам видавничої справи, редагування, інформаційно-бібліотечної діяльності. Збірник призначений для викладачів, наукових працівників, аспірантів і студентів.

ЗМІСТ

ВИДАВНИЧА ШЕВЧЕНКІАНА

Жадько В.О. Друкарня Києво-Печерської лаври в житті Г.Г. Шевченка.....	4
Куляс П.П. Шевченкове слово: від пракоренів до сучасних інновацій	10
Марків О.Т. Роль і значення шевченківських соціокультурних цінностей у формуванні особистості майбутнього журналіста.....	28
Сидоренко Н.М. «Слов'янський панкосмізм» Тараса Шевченка (за публікаціями «Записок наукового товариства імені Шевченка»).....	32
Харитоненко О.І. Читацькі практики Шевченкової епохи (на матеріалі повісті Т.Г. Шевченка «Близнюки»).....	39

НАУКОВЕ ОСМИСЛЕННЯ ПРОБЛЕМ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Куляс П.П. Особливості сучасного українського мовного пуризму.....	48
Марків О.Т. Чинники ефективної співпраці редактора з автором у видавничому процесі.....	52
Сидоренко Н.М. Традиції й уроки української преси початку ХХ століття	58
Харитоненко О.І. Проблеми визначення типу видання в сучасних газетах.....	63
Чепуренко Я.О. Стандартизація редакційно-видавничої підготовки наукових видань: стан та перспективи розвитку.....	68
Шпак В.І. Українські газети: від державних до приватних.....	78