

РОЗДІЛ 6.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ГЛОКАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЇЇ РОЗВИТОК

УДК 655.254.22

Н. Б. Благовірна

Волинський національний університет імені Лесі Українки,

м. Луцьк

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ФОТОВИДАНЬ КРИЗЬ ПРИЗМУ РЕДАКТОРСЬКОГО АНАЛІЗУ

Розглянуто критерії редакторської оцінки фотовидань. Проаналізовано рівноправність тексту та зображення.

Ключові слова: фотовидання, зображення, редактор.

В умовах швидкого розвитку нових інформаційних та комунікаційних технологій, що задіюють візуальну інформацію, змінюється характер суспільних потреб в масиві видань як зберігачів, носіїв та джерел поширення інформаційного змісту масовій аудиторії. Сучасні видавці щораз активніше реалізують ідею рівноправності та органічності тексту та зображення. В потоці схожих один на одного за змістом та тематичним наповненням видань, видавці прагнуть не лише привернути увагу потенційного читача, а й втримати її за допомогою зображень, що викликають необхідні та очікувані асоціації. Впродовж останніх десяти років зростає візуалізація друкованих видань за рахунок посилення кількості та значення фотоілюстрацій не лише у журнальних, а й книжкових виданнях. Зростання візуального тиску в досвіді, що свого часу викликало винахід «camera obscura»¹, зовсім не свідчить про нівелювання культури друкованого слова, чи про його пригнічення на догоду часові, – навпаки, увиразнює потребу взаємодоповнення чи, як сказав Мак-Люен², на часі їхня «взаємна гра». Адже саме фотографія може і повинна нести самостійну інформацію, що доповнює текст, допомагає його осмислити, проаналізувати, зрештою залишає читачеві право на осмислення показаної події чи явища, на власні висновки та інтерпретації. Сучасні поліграфічні та фотографічні технології дозволяють розширити та збагатити форми стійких поєднань слів та візуальних рішень, пропонуючи сучасному читачеві щораз більше цікавих проєктів, серед яких фотовидання. Подібне певною мірою увиразнює людське прагнення відновити єдність сприйняття, відчуттів і думок, адже від моменту винайдення фотокамери «уява» дедалі більше пов'язана зі спроможністю візуалізації, та, що не менш важливо, ця візуальність нового прикладного знання створила цілу галузь масового виробництва. Разом з тим видавничу продукцію залишається одним із провідних комунікаторів в системі. Без неї в сучасних умовах навряд чи можливий постійний, всебічний, динамічний комунікативний зв'язок між тими, хто створює духовні цінності суспільства, і тими, хто долучається до цього, формуючи завдяки отриманій інформації ціннісні орієнтації, моделі участі в соціальній дійсності. Аналіз інформаційної ситуації на ринку України засвідчує досить виразну і стійку тенденцію до збільшення кількісних показників фотовидань та їх загального обсягу, що і визначає актуальність дослідження цього сегменту ринку.

Теоретичною основою розвідки можуть бути актуальні досі наукові студії вчених-книгознавців, які досліджували проблеми оформлення видань, художньо-технічного редагування: І. Бельчикова [1], П. Гіленсона [2], С. Добкіна [3], Н. Нечипоренка [4], а також новітні розробки цього тематичного напрямку: В. Шевченко [5] та ін. Одночасно через суміжність порушуваних проблем до дослідження можуть бути залучені праці сучасних журналістикознавців, що працюють в галузі зображальної та фотожурналістики – Ю. Шаповала [6], Б. Чернякова [7–10], розглядають виникнення і розвиток медіа-мистецтва в системі соціальної комунікації – А. Захарченка [11], вивчають теорію комунікації – Г. Почепцов [12] та ін. Враховано досвід російських теоретиків: І. Бальтерманца [13], В. Березіна [14], В. Борєва [15], О. Зинов'єва [16], О. Колосова [17]. Теоретична база розвідки може бути збагачена ідеями вчених, які працюють над питаннями фотоестетики, дизайну книжкових та періодичних видань [18–20], проте новітні публікації результатів досліджень в основному пов'язані з вирішенням технологічних проблем створення фотографії, верстки та дизайну і на загал не пропонують концептуального розгляду питань роботи редактора із зображеннями. В підкреслено фотографічній та комп'ютерній орієнтації цих напрацювань виявляється небезпека того, що візуальна комунікація розглядатиметься лише з точки зору технологічної парадигми. Одним з перших новітніх дослідників, хто поставив дизайн в центр редакторського процесу, і запропонував рішення, що дозволили застосувати ці ідеї на практиці, був арт-директор корпорації Time та журнальний дизайнер Ян. В. Уайт [21]. Особливості редакторської підготовки фотовидань розглянула російська дослідниця О. Мжельська [22], що проте не виключає необхідності проведеного дослідження, адже досі немає спроб цілісно

¹ Свого часу пристрій, що став прототипом першої фотокамери, описав Леонардо да Вінчі в його ненадрукованих рукописах, а 1558 р. Джованні Баттіста делла Порте в книзі «Природна магія».

² Мак-Люен М. Галактика Гутенберга : Становлення людини друкованої книги. – 2-е вид., перероб. / Маршал Мак-Люен ; пер. з англ. А. А. Галушки, В. І. Постнікова. – К. : Ніка-Центр, 2008. – 392 с. – (Серія «Зміна парадигми» ; вип. 1).

проаналізувати участь редактора з урахуванням українського матеріалу. Провівши детальний аналіз сукупності дослідницьких матеріалів, виявлено потребу на міждисциплінарному рівні концептуально окреслити основні базові аспекти едиторського опрацювання фотовидань, беручи до уваги напрацювання практиків-фотографів, спеціалістів у галузі комп'ютерних технологій, практиків та теоретиків едиторики, що і визначає мету розвідки. Враховуючи зміну спрямованості книговидавництва та асортименту торгівлі, у розвідці необхідно виважено проаналізувати особливості редакторського опрацювання фотовидань, що передбачає вміння оптимально вибудовувати зміст і форму видань.

Нарощення кількості фотовидань у порівнянні з 90-ми роками ХХ століття, коли вони були нерентабельними, говорить про перерозподіл читацьких запитів, пов'язаних не так з естетикою, як з об'єктивною потребою поєднати зображення і слова в єдиний акт комунікації. Зрештою, від часу, коли на законодавчому рівні в законі про авторське та суміжні права було визнано та закріплено право фотографів та художників бути «авторами» своїх робіт, авторські знімки стали такими ж важливими, як і авторські тексти. Сучасний читач, мобільний та адаптований до численних зорових збудників, мимоволі фокусує увагу на зображенні, зацікавившись, переглядає під рисунковий підпис, далі побіжно оглядає текст, а згодом переходить до вдумливого читання. Як зазначають практики та теоретики редакційно-видавничого процесу [23], зображення збільшують комерційну привабливість видань. Активне застосування фотографій свідчить про перерозподіл читацьких запитів, пов'язаних не так з естетикою, як з об'єктивною потребою поєднати зображення і слова в єдиний акт комунікації, це ж в свою чергу висуває нові кваліфікаційні вимоги до видавців та редакторів. Безумовно, робота редактора багато в чому є не регламентованим процесом, що залежить від певних умов, виду літератури, типу видання, функціонального та читацького призначення, проте певні рекомендації, що узагальнюють видавничий досвід, все ж можуть бути висловлені. Слід звернути увагу і на те, що навіть використовувана термінологія на означення кваліфікації знаходиться в розхитаному стані. Поруч із усталеними *художній* та *технічний редактор*, активно вводяться нові вужчі поняття, об'єктивно засвідчуючи потребу в таких кадрах, як *артредактор*, *фоторедактор*, *більдредатор*, *редактизайнер*³, однак оскільки ці поняття, як зрештою і їх дефініції, недостатньо розроблені, неминуче виникає багатозначність термінології. Здавалося б, це лише питання часу. Адже кількісне нарощення видань, що увиразнюють стійкий симбіоз текстової та візуальної інформації, об'єктивно призведе до прагнення підвищити якість змістової та структурної основи цих видань, а зрештою і до появи та поступової «селекції» кадрів. Однак є певні фактори, що загальмовують процес. Один з визначальних – формальний підхід до підготовки видання. Так, функції технічного редактора на загал обмежуються питаннями компонування тексту та дослідженням до нього фотографії. На практиці подібне провокує стереотипне відображення реальності, нерозуміння інтересів аудиторії та невміння їх передбачати. Це зумовлює шблонність форми і змісту книжкового розвороту. Натомість саме редактори повинні подбати про те, щоб фотовидання виховували візуальну грамотність читача, збагачували його візуальну пам'ять.

У фотовиданнях активно реалізується ідея рівноправності та органічності тексту та зображення. Традиційно цей тип видань представляє зовсім інший підхід до зображення, ніж у традиційних виданнях, адже тут воно не лише доповнює текст, а часто – густо, приміром у фотоальбомах, є основним джерелом інформації. Відтак редактор неминує повинен опанувати методику роботи з фотоматеріалом на різних етапах редакційно-видавничого процесу. Як зазначає О. Мжельська, робота редактора над фотовиданнями пов'язана зі специфічними особливостями та труднощами. Він одночасно координує роботу автора-тексту, автора-укладача, автора фотографій, художника, тому зобов'язаний бути компетентним в галузі фотографії, повинен відчувати структуру видання, композицію візуального ряду, володіти професійним арсеналом редактора. Особливістю підготовки фотовидань є те, продовжує дослідниця, що основний зміст майбутнього видання, його авторський задум, ідея, тема простежуються, найперше, у візуальному ряді, його композиції та в кожного окремого знімку [24, с. 48]. Немов розвиваючи думку, Ян. В. Уайт у своїй розвідці «Editing by Design» пропонує редакторам сприймати своє видання як тримірний предмет, в якому третій вимір – глибина – виникає під час гортання послідовно скріплених сторінок. Зрештою «добре було б створити нове слово на взірць РЕДАКТИЗАЙН, – продовжує автор. – Воно влучно окреслює те, яким я бачу глибину і близьку спорідненість редагування і дизайну. Вони взаємопов'язані, їх слід розглядати як єдине ціле» [25, с. 92]. Ідеальне видання повинно викликати відчуття спланованого, контрольованого, досконало виконаного єдиного цілого. Важливим елементом візуальної комунікації в книзі є графічна форма авторського тексту. Редактор розбиває авторський текст на певні змістові блоки, розмежовує візуальними паузами, виокремлює засоби пошуку і орієнтування в текстовому масиві.

Стереотипно завдання редактора фотокниги ототожнюється з потребою вибору зображень, аналізом їх змісту, укладанням підписів до них. Такий підхід вимагає фахових знань, якими, здебільшого, володіють випускники спеціальності «Видавничі справи та редагування». Та все ж це лише мікрорівень опанування редакторського фаху. Робота редактора над зображеннями передбачає й макрорівень: визначити, з якою метою вони використовуватимуться, яким чином будуть скомпоновані, чи забезпечать єдність словесної та візуальної складової матеріалу. Редактор неодмінно повинен подбати й про те, щоб сторінка не стала ізольованим елементом, аби розворот був сприйнятий читачем, як єдиний скомпонований блок. Зрештою саме редактор, найкраще знаючи аудиторію книги, зобов'язаний подбати про психологічно комфортне та інформативне «спілкування» потенційного читача

³ За Ян. В. Уайтом.

із зображенням. Виконуючи сигнальну функцію, фотографії повинні не лише легко сприйматися, емоційно захоплювати, викликати зацікавлення, а й інтелектуально стимулювати. Вміле компоування зображень дозволить керувати процесом читання, пропонуючи читачеві спочатку подивитись на зображення, а згодом підштовхнути розпочати читання.

Чи не найскладніше для редактора – подолати формалізований підхід до компоування візуальних та словесних блоків. Часто-густо про образ майбутнього видання редактор починає замислюватися лише тоді, коли весь ентузіазм витрачено на вдосконалення основного тексту і стимулювати уяву вже пізно: редактор втомлений і перестає «бачити» модель видання, редакційна палітра комунікативних технік мимоволі збіднюється. Ця стандартна послідовність ускладнює підготовку матеріалу, здебільшого провокує замкнутість зображень, їх відірваність від структури книги. Натомість видання – це носій, що вимагає усвідомленого подання та компоування матеріалу. Окрім того, редактор щоразу повинен пам'ятати не лише про взаємодоповнення тексту і зображення, а подекуди і про їх взаємовиключення. Завдання редактора – розробити адекватну форму осмисленого подання матеріалу, врівноважити форму і зміст.

Отже, видання загалом та зображення, як його складова, повинні створюватися в єдиному стилі, виходячи з єдиних пропорційних основ. Ефект від їх подання не може бути суто візуальним, в ньому повинен бути сенс, тому і використовувати їх слід усвідомлено. Зображення, що сприймаються миттєво, емоційно, повинні інстинктивно викликати зацікавлення, створити місток між читачем та інформацією, підштовхнути читача прочитати текст, про це ж повинен подбати саме редактор. В майбутньому доцільними будуть розробки, спрямовані визначити структурно-функціональну ідентичність фотовидань. зробити спробу виробити критерії щодо функцій та завдань таких видань.

Список використаних джерел

1. Бельчиков И. Ф. Техническое редактирование книг и журналов : учеб. пособ. / И. Ф. Бельчиков. – М. : Книга, 1968. – 350 с.
2. Гиленсон П. Г. Справочник художественного и технического редактора / П. Г. Гиленсон. – М. : Книга, 1988. – 527 с.
3. Добкин С. Ф. Оформление книги : Редактору и автору / С. Ф. Добкин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Книга, 1985. – 208 с.
4. Нечипоренко Н. Художнику газеты : практ. пособ. / Н. Нечипоренко. – К. : Всеукраинский союз рабочих, 2005. – 224 с.
5. Шевченко В. Художньо-технічне оформлення видань різних видів / В. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 27. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815>.
6. Шаповал Ю. Г. Фотожурналістика : навч. посіб. / Ю. Г. Шаповал ; М-во освіти та науки України, Міжнародно-економіко-гуманіт. ун-т ім. акад. Степана Дем'янчука. – Рівне : [б.в.], 2007. – 76 с. – Бібліогр. : с. 72-75.
7. Черняков Б. І. Народження фотожурналістики : монографія / Б. І. Черняков ; Ін-т системних досліджень освіти ; Київ. ун-т імені Тараса Шевченка. – К. : ВІПОЛ, 1996. – 71 с. – Бібліогр. : в кінці розд. та на с. 66-70.
8. Черняков Б. І. Винайдення і впровадження технологій фотографічного ілюстрування періодики / Б. І. Черняков // Вісн. Київ. ун-ту імені Тараса Шевченка. Сер. : Журналістика. – К., 1997. – Вип. 4. – с. 201-219.
9. Черняков Б. І. Зображальна журналістика в друкованих засобах масової інформації : Ілюстрована періодика від виникнення до середини XIX століття : монографія / Б. І. Черняков ; Київ. ун-т імені Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – К. : Центр вільної преси, 1998. – 115 с. – Бібліогр. : с. 97-104.
10. Черняков Б. І. Зображальна журналістика як предмет і як об'єкт журналістичнознавчого дослідження : монографія / Б. І. Черняков ; Київський ун-т імені Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – К. : Центр вільної преси, 1998. – 79 с. – Бібліогр. : с. 62-78.
11. Захарченко А. П. Виникнення та розвиток медіа-мистецтв у системі масової комунікації : автореф. дис. ... канд. н. із соц. комунікацій : спец. 27.00.01 – теорія та історія соц. комунікацій / А. П. Захарченко ; Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. – К., 2008. – 20 с.
12. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации : [Электронный ресурс] / Г. Г. Почепцов // Слава Янко. – Режим доступа : <http://yanko.lib.ru/books/betweenall/pochepcov-theory-of-com.htm>.
13. Бальтерманц И. Д. Специфика содержания и формы фотожурналистики : лекции / И. Д. Бальтерманц. – М. : Изд-во МГУ, 1981. – 64 с. ; Теж [Электронный ресурс]. – URL : <http://constitutions.ru/archives/1854>.
14. Березин В. М. Фотожурналистика : учеб. пособие / В. М. Березин. – М. : Рос. ун-т дружбы народов, 2009. – 157 с. – Библиогр. : с. 139-142.
15. Боров В. Ю. Фотография в структуре массовой коммуникации / В. Ю. Боров. – Вильнюс : Минтис, 1989. – 192 с.
16. Зиновьев А. О. К анализу политического восприятия: политические рисунки и фотографии в массовых изданиях как тип дискурса / А. О. Зиновьев // Философия XX века : школы и концепции. – СПб., 2001. – С. 94-95.
17. Колосов А. В. Визуальные коммуникации в социально-политических процессах / А. В. Колосов // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. – Сер. Политология. – 2006. – №1 (6). – С. 81-87.
18. Фрост К. Дизайн газет и журналов / Крис Фрост. – М. : Издательский дом «Университетская книга», 2008. – 231 с.

-
19. Головки С. Б. Дизайн деловых периодических изданий : учеб. пособ. / С. Б. Головки. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 423 с. – (Серия «Медиаобразование»).
 20. Волкотруб И. Т. Основы художественного конструирования / И. Т. Волкотруб. – К. : Виц. шк., 1988. – 192 с.
 21. Уайт В. Ян. Редактируем дизайном : классическое руководство : как завоевать внимание читателей : для дизайнеров, арт-директоров и редакторов / Ян. В. Уайт. – М. : Издательский дом «Университетская книга», 2009. – 251 с.
 22. Мжельская Е. Л. Редакторская подготовка фотоизданий : учеб. пособ. для студ. вузов / Е. Л. Мжельская. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 112 с.
 23. Энциклопедия книжного дела / Ю. Ф. Майсурадзе, А. Э. Мильчин, Н. П. Маковеев и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юристъ, 2004. – с. 166.
 24. Мжельская Е. Л. Редакторская подготовка фотоизданий : учеб. пособ. для студ. вузов / Е. Л. Мжельская. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 112 с.
 25. Уайт В. Ян Редактируем дизайном : классическое руководство : как завоевать внимание читателей : для дизайнеров, арт-директоров и редакторов / Ян. В. Уайт. – М. : Издательский дом «Университетская книга», 2009. – 251 с.

Editorial's criteria for photo-edition's evaluation. The equality of text and images is analyzed.

Key words: photo edition, image editor, assessing.

УДК 10.01.01

УДК 13.00.02

Т. А. Гоголадзе, М. Я. Зангаладзе

Горийский учебный университет,

Грузия

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИЗДАНИЯ ДЕТСКОЙ КНИГИ В ГРУЗИИ

Издание детской книги в Грузии имеет свои традиции начиная с 80-ых годов XIX века. В XX веке существовало государственное детское издательство «Накадули», но после распада Советского Союза и восстановления государственности в Грузии, государственные издательства потерпели в упадок. С 1999 года стали возникать частные издательства, какими являются издательства «Б. Сулакаури» и «Г. Карчхадзе». Они, налаживая связи преподавателям хорошо оформленную и рекламированную книгу юному читателю. В эпоху – активной компьютеризации, круг читателей сужается. А процесс устранения альтернативного выбора учебников для грузинской школы, ставит под вопросом выбора лучшего детского издательства. Поэтому основной тенденцией издательского дела детской книги является борьба за обретение молодого читателя, для его заинтересованности книгой. Нужно и обязательно усилить менеджмент и рекламу среди конкурируемых издательств.

Основные изменения издания детской книги в Грузии зависят не только от хорошего дизайна, а тщательного подбора лучших, педагогически оправданных национальных фольклорных материалов и классиков детской литературы, хороших переводов иностранной детской книги.

Ключевые слова: издательство детской книги.

Начиная со второй половины XIX века прогрессивные представители национально-освободительного движения Грузии («Тергдалеули»), под руководством писателя и мыслителя Ильи Чавчавадзе (1837-1907), основной задачей поставили воспитание «Нового Грузина». С 80-ых годов особенно усилилась это движение. К этому способствовали издания учебников и художественной детской литературы на грузинском языке.

В развитии защите грузинского языка и грузинской национальной культуры огромную роль сыграли т.н. «Общество по распространению письменности в Грузии». Учебники Я. Гогебашвили «Деда-эна» (Родной язык) и «Бунебис кари» [1, с. 78].

Я. Гогебашвили сам способствовал изданию детских учебников и литературы, писал для разных возрастов детские рассказы и публиковал их в газетах и журналах «Иверия», «Дрозба», «Джеджили», «Накадули».

Как педагог и составитель Я. Гогебашвили отмечал: «Видные педагоги считали составление первой книги для детей труднейшим делом, даже в том случае, когда фольклор содержит почти готовый материал для этой книги» [2, с. 80].

К сожалению, само издательское дело в Грузии, приобрело вид частного бизнеса. Мелкие издательства возникали и за неимением финансовой поддержки, закрывались. Несмотря на эти помехи грузинская детская книга усиленно издавалась в Грузии до 1921 года. А после советизации страны было создано специальное государственное издательство детской книги «Накадули» («Ручеёк»), в 1938 году в Тбилиси. Название издательства взято из одноимённого первого детского журнала «Накадули» (1904-1927 гг.). Вместе с классикой грузинской детской литературы издавались и национальный фольклор и переводная литература, были выпущены сериалы: «Жизнь