

ЗМІСТ

ВСТУП

Лекція 1 Вступ. Основні поняття та визначення видавничої справи...	6
Лекція 2 Види видань. Поліграфічне виконання видань.....	11
Лекція 3 Характеристика редакційно-видавничого процесу.....	25
Лекція 4 Основні розмірні та кількісні параметри видань.....	33
Лекція 5 Порядок створення видавництва.....	41
Лекція 6 Огляд видавничих систем. Поняття та характеристика настільних видавничих систем.....	51
Лекція 7 Використання комп'ютерної графіки у видавничій справі. Можливості роботи з графічними об'єктами в Adobe Photoshop.....	55
Лекція 8 Використання настільної видавничої системи Adobe PageMaker у видавничій справі.....	63
Лекція 9 Підготовка та публікація електронних видань.....	67

ВСТУП

Для усвідомлення важливості такої сфери людської діяльності як видавнича справа, потрібно заглянути у глибоку давнину. Звертаючись до історії наших предків, їхньої культури, побуту, звичаїв можна простежити зародки тоді ще невідомого явища, а зараз широко розвиненої галузі науки — видавничої справи. Адже цей вид людської діяльності супроводжує всю історію людської культури, починаючи від наскальних малюнків, рукописів, друкованих книг та до сучасних електронних видань. Видавнича справа — це сфера виготовлення раніше рукописної, а згодом друкованої та електронної продукції, а також — це дисципліна, яка вивчає проблеми відбору та підготовки творів до друку чи публікації.

Мета вивчення дисципліни – набуття фахівцями компетенцій щодо сучасних методів використання видавничих систем, формування навичок щодо розробки інформаційної продукції засобами видавничих інформаційних систем.

Для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна й архівна справа»

М 1 Використання інформаційних систем у видавничій діяльності

ЗМ1 Основні принципи видавничої справи

Лекція 1

Тема: Вступ. Основні поняття та визначення видавничої справи

План:

1. Нормативно-правове регулювання видавничої справи.
2. Основні терміни видавничої справи та їх визначення.
3. Тенденції розвитку видавничої справи в Україні.

Виклад навчального матеріалу

1. Нормативно-правове регулювання видавничої справи

Видавнича справа в Україні врегульована такими основними нормативно-правовими актами, як Закони України, а також стандарти – державні й галузеві.

До основних Законів слід віднести:

- Закон України «Про видавничу справу», який визначає загальні засади видавничої справи, регулює порядок організації та провадження видавничої діяльності, виготовлення та розповсюдження видавничої продукції, умови взаємовідносин і функціонування суб'єктів видавничої справи.

- Закон України «Про інформацію», який регулює основні принципи інформаційної діяльності, діяльність засобів масової інформації, а також правовідносини щодо створення й використання інформаційної продукції. Дотичним до видавничої справи цей Закон є в тій частині, що видавництва є, в першу чергу, суб'єктами інформаційного ринку.

- Закон України «Про обов'язковий примірник документів», який регулює інформаційні відносини, пов'язані з поповненням національного інформаційного фонду України, а також визначає установи, в які видавці зобов'язані передавати обов'язковий примірник видання.

- Закон України «Про авторське право і суміжні права», охороняє особисті немайнові права і майнові права авторів та їх правонаступників, пов'язані із створенням та використанням творів науки, літератури і мистецтва. Дотичний до видавничої справи у частині захисту прав авторів творів та їхньої інтелектуальної власності, а також прав видавців.

- Закон України «Про державну таємницю», який регулює суспільні відносини, пов'язані з віднесенням інформації до державної таємниці, засекречуванням, розсекречуванням її матеріальних носіїв.

- Закон України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні», який визначає засади державної підтримки книговидавничої справи в Україні і спрямований на подолання кризи у вітчизняному книговиданні та створення сприятливих умов для його розвитку.

- Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», який встановлює державні гарантії свободи ЗМІ.

- Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» як складова частина законодавства України про

свободу слова та інформаційну діяльність цей Закон посилює систему правового регулювання в інформаційній сфері.

Основними стандартами видавничої справи є:

- ДСТУ 3017-2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. К.: Держспоживстандарт України, 2015. (Національний стандарт України).

- ДСТУ 3018-95. Видання. Поліграфічне виконання. URL: <http://archive.chytomo.com/standards> (дата звернення: 15.11.2017).

- ДСТУ 7152:2010. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках. Чинний від 2010-02-18. Київ, 2010. 16 с. (Інформація та документація).

- ДСТУ 7157:2010. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості. К.: Держспоживстандарт України, 2010. 16 с.

- ГСТУ 29.3-2000 «Газети. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги». URL: <http://archive.chytomo.com/standards/hazety-polihrafichne-vykonannya-zahalni-tekhnichni-vymohy-hstu-293-2000> (дата звернення: 15.11.2017).

- ГСТУ 29.1-97. Журнали. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги. URL: <http://archive.chytomo.com/standards> (дата звернення: 15.11.2017).

- ГСТУ 29.4-2001. Обкладинки та палітурки. Типи. URL: <http://archive.chytomo.com/standards> (дата звернення: 15.11.2017).

- ГСТУ 29.5-2001. Видання книжкові. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги. URL: <http://archive.chytomo.com/standards> (дата звернення: 15.11.2017).

2. Основні терміни видавничої справи та їх визначення

Основні терміни видавничої справи врегульовані Законом України «Про видавничу справу»:

- верстка (вёрстання) – процес формування сторінок та смуг у видавничій справі та поліграфії. Суть процесу — розміщення текстового та ілюстративного матеріалу на сторінках чи полосах друкованого або електронного видання, що відповідає певним технічним і естетичним вимогам та критеріям, за спеціальними правилами та вказівками замовника.

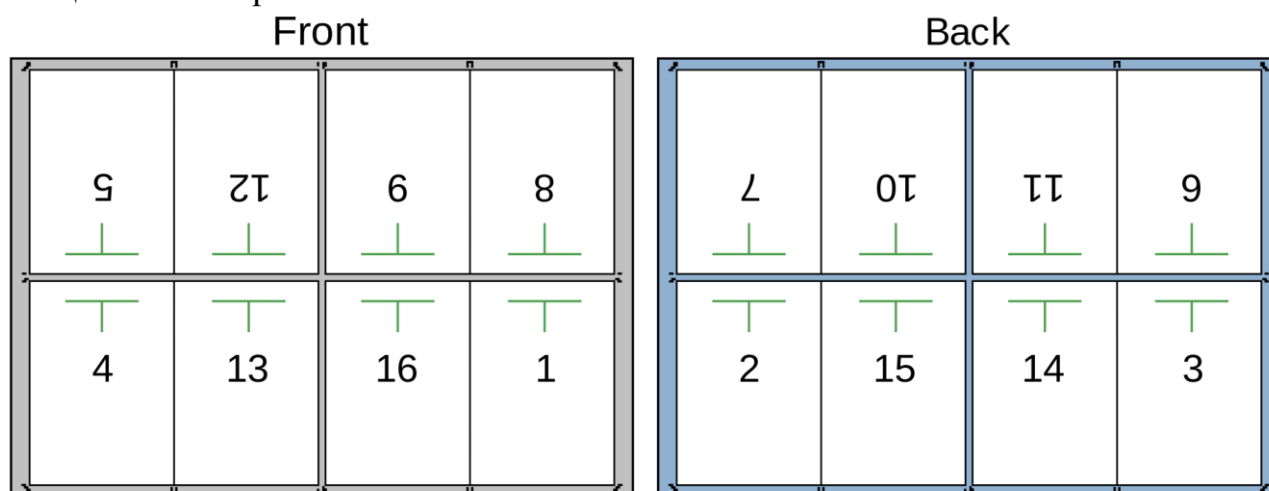


Рисунок 1 – Вестка (джерело: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Верстка>)

- виготовлення видавничої продукції – виробничо-технологічний процес відтворення визначеним тиражем видавничого оригіналу поліграфічними чи іншими технічними засобами;

- видавництво - юридична особа, основним видом діяльності якої є видавнича діяльність;

- видавнича діяльність - організаційно-творча, господарсько-виробнича діяльність видавців, спрямована на підготовку і випуск у світ видавничої продукції;

- видавнича продукція - сукупність видань, випущених видавцем (видавцями);

- видавнича справа - провадження або поєднання суб'єктами господарювання таких видів діяльності: видавничої діяльності, виготовлення видавничої продукції, розповсюдження видавничої продукції;

- видання - твір (документ), що пройшов редакційно-видавниче опрацювання, виготовлений шляхом друкування, тиснення або іншим способом, містить інформацію, призначену для поширення, і відповідає вимогам національних стандартів, інших нормативних документів з питань видавничого оформлення, поліграфічного і технічного виконання;

- тираж (наклад) - кількість виготовлених примірників видання.

3. Тенденції розвитку видавничої справи в Україні

1) *Місце комп'ютерної техніки у сучасному видавництві* характеризують у своїй статті автори І. Піх, В. Сеньківський, Р. Козак, І. Калиній [2], наголошуючи, що суспільство, яке користується тільки паперовою технологією, неспроможне вчасно опрацьовувати і вчасно видавати інформацію. З початку ХХ ст. інформаційний потік зріс десь у 30 разів. Щорічно у світі друкується близько 2000 сторінок наукових текстів. Отже, питання нових інформаційних технологій постало як першочергове.

Для інформаційних систем технологія виготовлення книги не є непричетною. Адже від швидкості, зокрема, складальних процесів залежить швидкість розповсюдження інформації. Розвиток обчислювальної техніки і суміжних з нею засобів, таких, як друкуючі пристрої (принтери), копіювальні апарати (сканери), накопичувачі інформації створив передумови для протиставлення традиційній друкарській технології комп'ютерної технології, яка дає можливість організувати редакційно-видавничий процес більш ефективно. Комп'ютерна технологія активно впроваджується у редакційно-видавничий процес, як найбільш ефективна автоматизована технологія виготовлення книги, журналу, газети.

У 80-90-х рр. видавництва і редакції почали активно переходити на комп'ютерне виготовлення оригінал-макетів книг, журналів і газет. Багато журналістів та редакторів оволоділи персональними комп'ютерами і готують свої матеріали за допомогою видавничих систем. Тільки 25 років тому журналісти писали свої матеріали на друкарських машинках. Для порівняння, ще 25 років тому газета "The Washington Post" наймала у свій штат для складання матеріалів, написаних журналістами, більше 500 друкарок, а "The

New-York Times" – більше 800. Отже, використання комп'ютерних систем у видавничих організаціях не є бездумним слідуванням модним західним технологіям, це економічно обґрунтована необхідність.

В основі комп'ютеризації видавничих організацій лежать значні капіталовкладення, які необхідно здійснювати своєчасно і науково обґрунтовано через швидке моральне старіння техніки. Застарілу ж техніку необхідно замінювати сучасною. Переважна більшість видавництв не здійснюють такого оновлення, оскільки використання найновіших технологічних рішень вимагає великих коштів. До того ж, на стан справ в галузі інформатизації негативно впливає свідомий збут застарілої техніки зі складів західних країн. Лише 15% українського ринку припадає на якісну техніку.

Неможливо також не сказати про іншу дуже важливу проблему українських видавничих організацій – в основі технологічного відставання процесів інформатизації в нашій країні протягом останніх років лежить невисокий рівень підготовки фахівців.

2) *Сучасна картина видавничого ринку України* стала також предметом дослідження Тимура Курганова, директора зі стратегічного розвитку однієї з видавничих корпорацій в Україні [3]. З одного боку – велика кількість «гравців» книжкового ринку, з іншого – глобальне зменшення тиражів через спад читацького попиту, спричиненого зниженням купівельної спроможності читачів. До того ж, якісного маркетингу книжок в Україні зараз не існує, вважає автор.

Якщо умовно розділити Україну на декілька частин, то за останні роки з три можна помітити зростання купівельної спроможності у центрі та на заході України. У цих районах також, зважаючи на придбані книжкові екземпляри, показники попиту зросли на 10-15% на рік. З іншого боку (щодо книжкового попиту) існують відносно «депресивні» регіони. Такі області – це Харків, Одеса, Дніпро, Запоріжжя. Тут відбувся не просто спад, а колосальний обвал попиту. Тому роздрібні оператори, що працювали у цих регіонах, майже усі пішли з ринку. Однією з причин для цього автор вважає те, що в Одесі, так само як і в Харкові, переважає продаж, а відповідно і попит на російськомовну літературу, навіть дитячу літературу на сьогодні споживачі тут намагаються купити у пропорції 80/20 (російськомовна/україномовна література, відповідно). Ця тенденція змінилась вже на всій території України, крім Одеси й Харкова.

3) *Інновації на видавничому ринку*. На українському ринку почали з'являтися інтерактивні книги, до яких застосовується технологія доповненої реальності. Розвиток аудіокниг – ще одна досить потужна європейська тенденція, яка зараз починає набирати обертів на українському ринку. Однак, і у цьому сегменті також є певні труднощі. Для того, аби створити електронну книгу у всіх трьох максимально популярних форматах видавництво витрачає 500-700 грн (якщо це текстове видання без ілюстрацій і т.д.). Натомість, для того, щоб створити аудіокнигу, необхідно витратити колосальні кошти – на гонорар акторові, якого буде цікаво та приємно слухати, на оренду студії і т. ін.

І, трапляється, що за два тижні в усій країні з'явиться «піратська» копія цього чудового продукту, вся економіка процесу сходить нанівець.

Попередні декілька років видавці ігнорували наявність авторських прав на аудіофайли. Вони купували лише права на паперові видання або електронні. Зараз ті самі видавці вже звертаються до європейських видавництв і перекуповують у них авторство. Тобто, є тенденція до того, що досить скоро ми побачимо серйозні ресурси з аудіокнигами на теренах України.

4) І найбільша проблема, яка може їм загрожувати – це «*піратство*» – єдине, що пригальмовує зараз видавничий ринок у нас.

Є два типи піратства:

- Паперове піратство. Коли одночасно з якоюсь хорошою, серйозною новинкою з'являється книга, видрукувана на «чорній» типографії, на папері поганої якості і т.ін. Такий аналог коштує удвічі менше, що не дозволяє у повному обсязі отримати прибуток видавництву, яке витратило власні ресурси для створення випущеного продукту. Це справді колосальна проблема саме для України. Після закриття книжкових кордонів з Росією, таких книжок з'явилась величезна кількість.

Україномовні видання набагато менше цуплять саме в паперовому вигляді. Причиною цього є те, що ціна на книжки в Україні настільки невисока, що робити викрадену книгу не вигідною самим «піратам».

- Електронне піратство. Найбільші російські оператори дуже ретельно стежать за своїми новинками, за своїми великими авторами, за топами продажів, аби вони не стали жертвами «піратів». У них є абсолютно чіткий механізм як прибирати викрадену книгу з недоброчесного ресурсу. Штати великих російських видавництв налічують декілька осіб, що займаються виключно відстеженням ринку. У випадку виявлення неліцензійної копії, видавництво оформлює офіційний позов до суду, надсилає листи – словом, працює над тим, аби з ресурсу було видалене видання.

Ситуація на українському ринку, на жаль, діаметрально протилежна. Жодне українське видавництво не може собі дозволити тримати у штаті людину, яка буде відстежувати це питання. Тому проблема «піратства» досі така злободенна та абсолютно не регульована.

Саме україномовних новинок зараз дуже багато серед неліцензійних копій. Буквально за декілька тижнів, після виходу з типографії видання, у мережі з'являється її поцуплена версія. Звісно, йдеться про знакові видання.

Видавці не можуть самостійно боротися з піратством. З цим може боротися лише держава, виключно на законодавчому рівні.

Питання для самоконтролю

1. Якими основними нормативно-правовими актами регулюється видавнича справа в Україні? Охарактеризуйте вплив кожного з документів на видавничу справу.

2. Які основні термінами формують поняттєво-категорійний апарат видавничої справи?

3. Поясніть спільне і відмінне між поняттями «видавнича справа» й «видавнича діяльність».
4. Якими нормативними документами визначені основні поняття видавничої справи?
5. Охарактеризуйте сучасний стан видавничої справи в Україні.
6. Яке місце комп'ютерної техніки у сучасному видавництві?
7. Які нині існують інновації на видавничому ринку?
8. Що таке піратство? Які види піратства Ви знаєте?
9. Запропонуйте ефективні, на Ваш погляд, методи боротьби з піратством в Україні.
10. Проведіть паралель між основними тенденціями розвитку інформаційного ринку в Україні загалом та видавничої справи, зокрема.

Список рекомендованої літератури

1. Закон України «Про видавничу справу» / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=318/97-%E2%F0&print=1> (дата звернення: 15.11.2017).
2. Піх І., Сеньківський В., Козак Р., Калиній І. Проблеми комп'ютеризації редакційно-видавничих процесів. URL: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe (дата звернення 16.11.2017).
3. Погляд зсередини: тенденції видавничого ринку України, очима одного із «гравців» / Курганов Тимур. *Всеосвіта*. URL: <https://vseosvita.ua/news/poglad-zseredini-tendencii-vidavnicogo-rinku-ukraini-ocima-odnogo-iz-gravciv-2145.html> (дата звернення 01.08.2018).

Лекція 2

Тема: Види видань. Поліграфічне виконання видань.

План:

1. Класифікація видань.
2. Поняття і технологічні особливості поліграфії.
3. Поліграфічне виконання видань.
4. Типова структура книги.

Виклад навчального матеріалу

1. Класифікація видань врегульована ДСТУ 3017-2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять». У видавничій справі найчастіше використовуються такі класифікації видів видань.

За знаковою природою інформації:

- 1) текстове видання – видання, більшу частину обсягу якого займає словесний, цифровий, у вигляді ієрогліфів, формул (хімічних або математичних) чи змішаний текст;
- 2) нотне видання – видання, більшу частину обсягу якого займає нотний запис музичного твору;
- 3) картографічне видання – видання, більшу частину обсягу якого займає картографічне зображення;

Серед картографічних видань виділяють:

- атлас – картографічне чи образотворче видання, що містить об'єднані загальною темою карти (мапи) або зображення. Атлас може бути анатомічним, астрономічним, ботанічним, географічним тощо. За матеріальною конструкцією атлас може бути книжковим або комплектним виданням;

- карта (мапа) – картографічне чи образотворче видання, що містить зменшене, побудоване в картографічній проекції узагальнене і виконане не у певній системі умовних позначок зображення поверхні Землі, іншого небесного тіла чи позаземного простору з розміщеними на них об'єктами реальної дійсності;

4) видання брайлівським шрифтом – видання, виготовлене з використанням особливого рельєфно-крапкового шрифту, призначене для самостійного читання особами з вадами зору;

5) образотворче видання – видання, більшу частину обсягу якого займає зображення, що є відтворенням живописних, графічних, скульптурних, архітектурних творів, фотографій, креслеників, діаграм, схем тощо.

Серед образотворчих видань виділяють:

- альбом – образотворче видання з пояснювальним текстом чи без нього. Альбом може бути технічний, художній та фотоальбом. За матеріальною конструкцією альбом може бути книжковим чи комплектним виданням;

- образотворча картка – образотворче карткове видання, на одному боці якого є зображення, а другий бік призначено для розміщування тексту, що пояснює зображення, чи для письмового повідомлення;

- образотворчий плакат – образотворче аркушеве видання, що містить зображення (рисунок, фотографію, фотомонтаж) з невеликим пояснювальним текстом або без нього;

- художня репродукція – образотворче аркушеве видання, що відтворює твір образотворчого мистецтва чи художню фотографію;

- естамп – образотворче аркушеве видання, що є відбитком оригінального графічного твору із друкарської форми, виготовленої самим художником. Видами естампу є гравюра, офорт і літографія;

- наочний посібник – образотворче видання, змістом якого є переважно зображення, призначене для застосування в навчальному процесі, практичній і виробничій діяльності. За цільовим призначенням наочний посібник може бути навчальним, виробничо-практичним чи довідковим виданням. За матеріальною конструкцією він може бути аркушевим, книжковим, комплектним виданням.

За способом виготовлення виділяють друковане (виготовлене друкуванням чи тисненням) та електронне (інформація подана у формі електронних даних і для використання необхідні засоби обчислювальної техніки) видання.

За матеріальною конструкцією виділяють такі види **друкованих** видань:

1) блочне (кодексне) видання – видання у вигляді скріплених у корінці зошитів чи аркушів;

До блочних видань відносять:

- книжкове видання – блочне видання в обкладинці чи палітурці;

- журнальне видання – блочне видання переважно в обкладинці, що відповідає специфіці цього видання;

2) комплектне видання – сукупність видань, спільних за тематикою або читацькою адресою, зібраних у теку, футляр, бандероль чи укладених в обкладинку;

3) комбіноване видання – видання складної матеріальної конструкції, ке разом із друкованим виданням містить інші носії інформації з записами звуків чи зображенням;

4) книжка-іграшка – видання оригінальної конструкційної форми, призначене для розумового та естетичного розвитку дітей дошкільного й молодшого шкільного віку;

5) аркушеве видання – видання у вигляді одного чи кількох аркушів без скріплення;

До аркушевих видань відносять:

- плакат (призначений для експонування);

- буклет – сфальцьоване у два або більше згини аркушеве видання;

- газетне видання – аркушеве видання, видавничо пристосоване до його специфіки;

- карткове видання – аркушеве видання у вигляді картки з цупкого паперу, віддруковане з одного чи обох боків;

За цільовим призначенням розрізняють такі види видань:

1) офіційне видання – видання що містить документи нормативного чи директивного характеру, затверджені та опубліковані від імені органів державної влади, відомств, установ, політичних партій і громадських організацій;

2) суспільно-політичне видання – видання, яке містить публіцистичний твір, що висвітлює актуальні питання й події міжнародного та внутрішньодержавного суспільного життя;

3) наукове видання – видання, що містить результати теоретичних і (або) експериментальних досліджень, а також науково підготовлені до публікації пам'ятки культури та історичні документи з розгалуженим науково-довідковим апаратом (науково-дослідний, пояснювальний текст, коментар, різноманітні показники);

4) науково-популярне видання – видання, що містить відомості про дослідження в галузі науки, техніки культури, виробництва, освіти, мистецтва тощо, які популяризують наукові знання, викладені у зрозумілій читачам - нефахівцям формі;

5) популярне видання – видання, що містить відомості просвітницького значення з однієї чи кількох галузей знань, нескладні за змістом та викладені в легкій, доступній для розуміння формі для задоволення непрофесійних інтересів читачів;

6) виробничо-практичне видання – видання, що містить відомості прикладного характеру з технології, техніки й організації виробництва, а також інших сфер практичної діяльності для професійного вдосконалення фахівців різного профілю та відповідної кваліфікації;

7) навчальне видання – видання, що містить систематизовані відомості наукового або прикладного характеру, викладені у зручній для вивчення і викладання формі;

8) літературно-художнє видання – видання, що містить твір художньої літератури;

9) релігійне видання – видання, що містить твір релігійного змісту тієї чи іншої віри, віросповідання;

10) довідкове видання – видання, що містить короткі відомості наукового чи прикладного характеру, розташовані в порядку, зручному для їх швидкого пошуку, призначене для вибіркового читання;

11) видання для дозвілля – видання, що містить загальнодоступні відомості щодо організації побуту, різноманітних форм самодіяльної творчості, різних видів захоплень, відпочинку;

12) рекламне видання – видання, що містить відомості про осіб, вироби, послуги, заходи тощо, викладені у формі, яка привертає увагу.

Види неперіодичних видань за повторністю випуску:

1) перше видання;

2) повторне видання;

- перевидання – повторне видання зі змінами чи без них, яке вже було випущене цим видавцем;

- видання без змін, стереотипне видання – перевидання без будь-яких змін;

- доповнене видання – перевидання, що містить доповнення;

- перероблене видання – перевидання, в якому текст повністю або частково перероблено порівняно з текстом попереднього видання;

- виправлене видання – перевидання, у якому автор усунув допущені раніше помилки та вніс уточнення без суттєвих змін;

- передрук – повторне видання, надруковане без змін іншим видавцем;

- репринтне видання – передрук, здійснений репродукуванням сторінок друкованого оригіналу, вибраного для відтворення;

3) нове видання – видання, випущене цим видавцем уперше, а також випущене знову іншим видавцем з нового набору чи в новій редакції, чи в іншому художньо-технічному та поліграфічному виконанні.

Види неперіодичних друкованих видань за обсягом:

- книга – книжкове видання обсягом понад 48 сторінок;

- брошура – книжкове видання обсягом від 4 до 48 сторінок;

- листівка – аркушеве видання обсягом від 1 до 4 сторінок.

Види неперіодичних друкованих видань за форматом:

- мініатюрне видання (формат не перевищує 100x100 мм);

- малоформатне видання (формат не менше, ніж 100x100 мм, але не більше, як 107x140 мм);

- портативне видання – видання малого формату зі стисло викладеним текстом, яке містить великий обсяг інформації;

- фоліант – видання великого формату, зазвичай становить ½ частку паперового аркуша).

Види періодичних і продовжуваних видань

- газета – періодичне газетне видання, що виходить через певні короткі проміжки часу, містить офіційну оперативну інформацію й публікації з актуальних суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, а також літературно-художні твори й рекламу;

- журнал – періодичне журнальне видання, що має постійні рубрики та містить публікації офіційного характеру з суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, літературно-художні твори, реферати, ілюстрації й рекламу;

- бюлетень – періодичне чи продовжуване видання, яке випускають оперативно, має ознаки журнального чи газетного видання й містить стислі офіційні відомості з питань, що належать до сфери діяльності організації, яка його видає;

- календар – періодичне довідкове видання, що містить послідовний перелік днів, тижнів, місяців року, а також відомості довідкового й науково-популярного характеру

2. Поняття і технологічні особливості поліграфії.

Поліграфія – галузь техніки, сукупність технічних засобів для множинного репродукування текстового матеріалу й графічних зображень.

Поліграфічні способи множинного репродукування характеризуються переносом фарбового шару з деякого резервуара на сприймаючу поверхню (найчастіше папір) та використанням друкарських форм, причому формування шару здійснюється відповідно до заздалегідь даного оригіналу, що підлягає репродукуванню.

Під поліграфією слід розуміти також і галузь промисловості – поліграфічну промисловість, що поєднує промислові підприємства, які виготовляють друковану продукцію (книги, газети, журнали, плакати, географічні карти тощо). Поліграфія або поліграфічна промисловість є матеріально-технічною базою видавничої справи.

Поліграфія пройшла тривалий і складний шлях розвитку. Її технічною основою є винайдення близько 1440 Й. Гутенбергом книгодрукування. Вже в XVI ст. поліграфія набула характеру розвиненої мануфактури. У XIX ст. з винаходом друкарської машини в поліграфії відбувається промислова революція, що ознаменована створенням поліграфічного машинобудування. У середині XX ст. у ході науково-технічної революції поліграфія розвивається за такими напрямками:

- перехід до електронних способів виготовлення друкарських форм для всіх способів друку (використання комп'ютера для кольороподілу та фотонабору);

- широке застосування рольового офсетного друку на високошвидкісних машинах;

- створення автоматичних потокових ліній в оздоблювальних цехах;

- комплексна механізація й автоматизація всього виробництва;

- використання локальних та глобальних комп'ютерних мереж для передачі даних.

Технологія поліграфії містить три основні групи виробничих процесів:

- додрукарські (підготовчі),
- друкарські (власне сам процес друку),
- післядрукарські (оздоблювальні).

Додрукарські процеси спрямовані на виготовлення оригінал-макету, друкарської форми. Завдання друкарських процесів — отримання тиражних відбитків, що відтворюють оригінал. Оздоблювальні процеси завершують виготовлення друкованої продукції.

Додрукарські процеси включають усі процеси до стадії виготовлення друкарських форм. За допомогою комп'ютерів виготовляють оригінал-макет видання, якій потім переносять на друкарську форму. Текстова форма може бути отримана з типографського шрифтового методу ручного набору або ж за допомогою набірних машин (застарілий метод, зараз не використовується), комплектуючі літери й виготовляючи форму або її напівфабрикат (у вигляді, наприклад, фотокопії). Широке поширення одержали різні методи автоматизованого набору.

Розрізняють 3 види друкарських процесів:

- друкування з формуванням зображення в фарбовому резервуарі (гектографія, туркинотипія);
- друкування з формуванням зображення на проміжній поверхні — формі (так звані класичні способи друку);
- друкування з формуванням зображення на сприймаючій поверхні (способи з електростатичним й електромагнітним переносом фарбового шару).

Сукупність формних і друкованих процесів й устаткування, що застосовується для них, призначених для відтворення малотиражної документації (звичайно інформаційного або управлінсько-адміністративного характеру) називається оперативною поліграфією.

Характер оздоблювальних процесів залежить від виду друкованої продукції. Найскладніші брошурувальні процеси, що застосовуються в процесі виготовлення книг і журналів. Поширення набуло ламінування обкладинок книг.

Основні етапи технологічного процесу виготовлення друкованої продукції. Виробництво друкованої продукції в більшості випадків складається з трьох або чотирьох роздільних, але взаємозалежних процесів:

- обробка текстової й образотворчої інформації – оригіналів, що підлягають поліграфічному відтворенню. У результаті виконання цього процесу одержують негативи або діапозитиви на прозорій плівці, що містять інформацію друкарських форм;
- виготовлення з негативів або діапозитивів комплекту друкарських форм, необхідних для розмноження інформації;
- друкування тиражу – одержання з друкарських форм певної кількості ідентичних видрукованих аркушів, зошитів і т.ін. (власне розмноження інформації);
- виконання брошурувальних або брошурувально-палітурних робіт, оздоблювальних процесів.

На цій стадії продукція набуває зручний для використання інформації вид. Перші два процеси часто називають додрукарськими процесами, третій і четвертий можуть бути об'єднані і виконуватися як єдиний процес на спеціалізованому друкарському устаткуванні.

В останні роки з розвитком обчислювальної техніки з'явилася можливість об'єднати в єдиний технологічний цикл усі чотири процеси. Сучасні цифрові друкарські машини і комплекси дозволяють в автоматичному режимі виконувати всі операції, починаючи з обробки оригіналу і закінчуючи готовою продукцією.

До додрукарських процесів включають операції, спрямовані на обробку авторських або видавничих оригіналів з метою одержання в кінцевому результаті друкарської форми. Ці процеси є принципово однаковими як для великої, так і для малої поліграфії, але залежно від виду оригіналів, обраної схеми процесу обробки, вимог до якості результатів та ін. вони можуть бути більш чи менш розвиненими та ускладненими.

Для сучасної поліграфії характерним є використання у додрукарських процесах комп'ютерних технологій, на цьому і побудована схема додрукарських процесів. Одним з основних етапів додрукарської підготовки видання є створення макета. Процес створення макета у свою чергу складається з взаємозалежних етапів:

- макетування (начерк макета, вибір формату й орієнтації сторінки, задання полів, розробка модульної сітки, підбору елементів дизайну);
- підготовка тексту (підбор основного тексту, заголовків, таблиць);
- підготовка ілюстрацій (сканування графічних зображень, редагування розмірів, яскравості, контрастності, кольоровості, усунення муару й інших дефектів, вибір формату);
- вибір шрифтів (гарнітури, кегля, накреслення);
- верстка видання (визначення довжини рядка, ширини стовпчика, способів вирівнювання, формування переносів, завдання міжлітерних, міжслівних і міжрядкових інтервалів);
- друк оригінал-макету (вибір принтера і параметрів друку, спуск шпальт, калібрування принтера).

Перед здійсненням тиражного друкування необхідно перевірити якість проведених перетворень інформації шляхом синтезу кольорової репродукції методом пробного друку.

3. Поліграфічне виконання видань.

Оформлення та виконання сторінки видання

Сторінка видання — один бік аркуша паперу у виданні.

Блок видання — комплект скріплених у корінці задрукованих аркушів чи зошитів, що містить усі сторінки майбутнього видання.

Обкладинка — зовнішнє покриття видання, що з'єднується з блоком без форзаців.

Палітурка — зовнішнє покриття виробу, що з'єднується з блоком за допомогою двох форзаців і корінцевого матеріалу чи без нього.

Початкова сторінка без берегів – перша сторінка видання чи його рубрики.
Спускна сторінка – початкова сторінка, що починається зі спуску.

Спуск – відступ на початковій сторінці без берегів від верхнього краю до початку зображення.

Кінцева сторінка без берегів – остання сторінка видання чи його рубрики.

Шпальта – частина сторінки видання, відокремлена по вертикалі проміжками чи лініями.

Підвал (поліграфія) – місце внизу сторінки, де розташована стаття, що займає всю ширину сторінки чи більшу частину її шпальт.

Тупий рядок – новий рядок без абзацного відступу або кінцевий рядок повного формату.

Капітель – літера, що має накреслення великої, але за розміром дорівнює малій.

Вивід – текст, згрупований без лінійок за певною системою та розділений проміжками.

Текстівка – підпис під ілюстрацією у виданні.

Експлікація – частина підпису під ілюстрацією (формулою), яка пояснює деталі зображення (умовні позначки). Кожний елемент експлікації складається з графічного знака (цифра, літера) і пояснення.

Кінцівка – невеликий орнамент чи зображення, розташоване на кінцевій сторінці.

Виноска – примітка чи бібліографічне посилання, розташоване внизу сторінки поза текстом.

Колонтитул – заголовкові дані видання, розташовані на верхньому полі кожної сторінки видання.

Колонлінійка – лінійка, що відокремлює колонтитул від тексту.

Колонцифра – порядковий номер сторінки видання, розташований угорі або внизу сторінки.

Сигнатура – порядковий номер друкарського аркуша видання, розташований у внутрішньому куті нижнього поля першої сторінки видання кожного нового аркуша перед нормою, та повторюваний із зірочкою на третій сторінці видання цього аркуша.

Норма (поліграфія) – скорочена назва видання чи номер замови чи прізвища автора, розташоване зліва на нижньому полі першої сторінки видання кожного друкарського аркуша видання.

Береги (поліграфія) – незадруковані ділянки сторінки вздовж периметра сторінки видання.

Оформлювання та виконання блока видання

Зошит (паперового блока) – складова частина видання, утворена фальцюванням задрукованого аркуша.

Складний зошит – зошит з приєднаними додатковими елементами чи форзацом.

Накидка (поліграфія) – частина задрукованого аркуша видання, в середину якої вкладають зошит.

Вкладка – частина задрукованого аркуша видання, яку вкладають у середину зошита.

Вклейка – частина задрукованого аркуша видання, яку вклеюють в зошит.

Приклейка – частина задрукованого аркуша видання, яку прикладають до зовнішньої частини зошита.

Паспарту – аркуш цупкого паперу чи тонкого картону, до якого кріплять видруковану окремо ілюстрацію, формат якої менший за формат видання.

Стрижень (поліграфія) – смужка паперу чи тканини, яку використовують для приклеювання ілюстрації чи форзаців до зошита.

Корінець (блока) – місце скріплення зошитів чи аркушів у блок.

Фальц – згин аркуша, що утворюється під час фальцювання.

Головка блока – верхній обріз блока.

Каптал – стрічка з потовщеним краєм, яку наклеюють на краї корінця обрізаного блока.

Оформлювання та покривання видання

Проста обкладинка – обкладинка, що складається з одної деталі.

Складена обкладинка – обкладинка, що складається з двох або більше деталей.

Суцільна палітурка палітурка, що складається з одної деталі.

Суцільпокрита палітурка – палітурка, картонні боковинки і відстава якої вкриті одним покривним матеріалом.

Складена палітурка – палітурка, картонні боковини і відстава якої вкриті одним матеріалом і з'єднані між собою іншим матеріалом.

Картонна боковина – аркуш картону певного формату, що є деталлю палітурки.

Відстава – смужка паперу чи картону, яку наклеюють на внутрішній бік палітурки між картонними боковинами.

Кант (поліграфія) – краї палітурки, що виступають за край блока.

Біг (поліграфія) – лінійне заглиблення на палітурці чи аркуші видання.

Форзац – елемент видання з цупкого паперу, що з'єднує блок з палітуркою.

Кишеня (поліграфія) – додатковий елемент видання в палітурці у вигляді паперового мішечка який монтують на внутрішній частині палітурки.

Суперобкладинка – додаткова обкладинка з клапанами, що прикриває палітурку чи обкладинку без з'єднання з нею.

Манжет книги – обгортка подарункового видання у вигляді смужки паперу зі склеєними кінцями.

Футляр – картонна чи пластмасова коробка спеціальної форми для зберігання видання.

Цільове оформлювання видання

Титул – перша сторінка чи перші сторінки видання, на яких розташовано відомості про нього.

Фронтиспис – ілюстрація, що відображає основну ідею видання чи портрет автора, яка розташована перед чи поза титулом.

Авантитул – сторінка видання, що передує титулові, на якій розташовують частину вихідних даних чи невеликий текст (гасло, посвяту, тощо).

Допоміжний титул – окрема сторінка видання, на якій розташовано назву рубрики.

Заголовковий комплекс – сукупність взаємопов'язаних текстових і графічних зображень, що лаконічно подають інформацію про видання.

Заголовкові дані – дані титулу, що містять заголовок видання та відомості про його автора.

Надзаголовкові дані – дані титулу, що містять назву серії та номер випуску в серійному виданні або назву організації - видавця в офіційному чи відомчому виданні.

Підзаголовкові дані – дані титулу, що містять підзаголовок видання (пояснення основного заголовку, жанр видання), відомості про упорядника, перекладача або порядковий номер видання в повторних виданнях.

Боковик – заголовковий комплекс чи заголовок, розташований збоку тексту.

Передмова – додатковий текст, що готує до засвоєння основного тексту та розташований перед ним.

Примітка – додатковий текст, що коротко доповнює, пояснює чи уточнює основний текст і розташований у тексті, внизу сторінки за текстом чи в кінці видання.

Післямова – додатковий текст, що допомагає осмислити викладене в основному тексті та розташований за ним.

Додаток – довідковий текст, що доповнює, пояснює чи ілюструє основний текст, розміщений в кінці видання.

Покажчик – додатковий текст у кінці видання, в якому розташовані в певному порядку терміни, прізвища, об'єкти, наведені в основному тексті.

Вихідні відомості – сукупність даних, що характеризують видання та призначені для його оформлення, статистичного обліку та інформування споживачів.

Вихідні дані – частина вихідних відомостей, що зазначають місце видання, назву видання та рік видання.

Випускні дані – частина вихідних відомостей, що зазначають дату підписання до друку, формат паперу, спосіб друкування, обсяг видання, тираж.

Перелік випускних даних залежить від виду видання.

Поліграфічне виконання видання

Формат видання – розмір готового видання, що визначається шириною і довжиною сторінки видання в сантиметрах із зазначенням частини, яку займає на ньому сторінка видання.

Формат сторінки видання без берегів – розміри (ширина і (або) довжина) сторінки видання без берегів в міліметрах.

Група шрифтів – комплект різних гарнітур шрифтів, потрібних для виконання видання.

Гарнітура шрифту – комплект однакових за рисунком, але різних за накресленням і кеглем шрифтів.

Друкарський шрифт – комплект літер повної абетки та належних до неї цифр, а також розділових, діакритичних і спеціальних знаків.

Кегель шрифту – розмір шрифту в друкарській системі вимірювання, що його визначають відстанню між верхньою і нижньою стінками літери.

Вічко – зображення знака (літери, цифри, тощо).

Накреслення вічка – положення (нахил), насиченість та щільність які характеризують вічко.

Щільність вічка – співвідношення між шириною і висотою вічка.

Місткість – середня кількість знаків в одному повному рядку сторінки видання.

Ілюстративність – ступінь насиченості видання ілюстраціями.

Фарбовість – кількість фарб, якими видруковано видання.

Примірник – кожна самостійна одиниця видання.

Тираж – загальна кількість примірників одного видання.

Запуск – окремий випуск певної частини тиражу одного видання.

4. Типова структура книги

Відповідно до наведених визначень щодо оформлювання, структури й поліграфічного виконання видання охарактеризуємо типову структуру книги.

Книга – це видання у вигляді блока скріплених у корінці аркушів друкованого матеріалу будь-якого формату в обкладинці чи оправі обсягом понад 48 сторінок.

Основними складовими книги є:

- книжковий (паперовий) блок та його деталі (вкладки, наклейки);
- обкладинка (оправа);
- суперобкладинка;
- форзац (за наявності оправи);
- корінець;
- каптал (за наявності оправи);
- футляр;
- закладка.

Книжковий (паперовий) блок – це основа книги, яка складається з обрізаних із трьох сторін і з'єднаних у корінці зошитів або окремих аркушів паперу відповідного формату і яка підготовлена для накладання і прикріплення оправи чи обкладинки. Це, по суті, напівфабрикат книги, який утворюється після склеювання чи прошивання з одного боку аркушів зі сторінками, розміщених у результаті кількарязового згинання (відповідно до заданого формату) у строгій послідовності. Комплект таких сторінок, кількість яких завжди дорівнює долі друкарського аркуша паперу (16, 8 чи 4), прийнято називати зошитом. Напередодні скріплення такі зошити передаються у видавництво для остаточної звірки на предмет виявлення в них помилок чи можливої непослідовності сторінок, допущеної при їх монтажі. Щоб у майбутній книзі зошити трималися міцно і при багаторазовому користуванні не розсипалися, їх скріплюють. Простіший і дешевший спосіб – методом склеювання; надійніший і дорожчий – методом прошивання нитками.

Додатковими деталями книжкового блока можуть бути вкладка і наклейка. Вкладка – це конструктивний елемент книжкового видання, який являє собою дробову долю аркуша і у вигляді одного листа, четвертини, половини чи цілого

друкованого аркуша вкладається між зошитами книжкового блока. Вкладка виготовляється або з іншого матеріалу, ніж сторінки блока, або іншим способом друку, або містить відмінну кількість кольорів. Цей елемент може скріплюватися з книжковим блоком або додаватися автоматично. Приклад вкладки – аркуші енциклопедії з кольоровими слайдами або чорно-білими ілюстраціями на крейдяному папері іншого гатунку, відмінного від того, яким друкується текст.

Наклейка – елемент книжкового блока, надрукований окремо для заповнення (наклеювання) спеціально звільненої від тексту порожньої сторінки. На відміну від вкладки, наклейка не є самостійним листом у книзі (напр., віддруковані іншим способом ілюстрації; таблиці, схеми, карти, що мають інший, ніж книжкова сторінка, розмір, і після вклеювання до книжкового блока вони згинаються відповідно до цього формату). Вкладки і наклейки належать до трудомістких процесів редакційної підготовки та поліграфічного відтворення, тому використовуються рідко, здебільшого в подарункових, мистецьких або малотиражних виданнях.

Скріплений нитками чи клеєм книжковий блок на одному з останніх процесів поліграфічного виробництва обрізують з трьох сторін на відповідному обладнанні, готуючи його таким чином до підготовленого задалегідь «вдягання». Ним є обкладинка чи оправа.

Обкладинка – важлива складова книги, що слугує покриттям книжкового блока, виготовлена з паперу, відмінного від того, на якому друкуються сторінки книги і яка покликана виконувати кілька функцій: скріплювальну, захисну, художню, інформаційну. Як правило, виготовляється з паперу, що має більшу щільність. Хоч великий масив видань випускається у звичайній паперовій обкладинці (різноманітні брошури, література для службового користування, малотиражні видання, журнали). Видавці прагнуть робити обкладинку яскравою, різноколірною. Для продовження життя «молодості» книги широко застосовуються відносно недорогі методи лакування або припресування обкладинкового матеріалу прозорою плівкою. Найбільш поширеним на сьогодні матеріалом на обкладинку слугує фінський льон (у формі шкаралупи яйця чи ряднини) і крейдяний папір проби від 270 до 400 грамів щільності.

Отже, обкладинка виконує такі функції:

- скріплення книжкових сторінок (зошитів);
- зовнішнього художнього оформлення;
- захисту книжкового блока від пошкоджень і забруднень;
- первинної інформації про книгу для читача.

Оправа – важлива складова книги, виготовлена зі спеціальних матеріалів, яка скріплюється з книжковим блоком. На відміну від обкладинки, що з матеріальної точки зору відзначається дешевизною, оперативністю виготовлення і простотою, оправа є складнішою і дорожчою конструкцією. Образно кажучи, це твердий, дуже надійний «одяг» для всього книжкового блока. Складається він із картону або штучних чи дерев'яних пластин, обтягнутих із зовнішнього боку надійним гнучким покриттям – тканиною, шкірою, синтетичним матеріалом (бумвінілом, ледерином), рідше – папером. В

останньому випадку продовжити життя книзі покликана плівка, яка накладається на покритий папером картон. Функції оправи такі ж, як і обкладинки. А роль і значення дещо інші: надавати книзі ошатного вигляду, забезпечувати її довговічність, цінність. Особливо дорогі оправи мають енциклопедичні, ювілейні, словникові, подарункові, бібліофільські видання, зібрання творів.

Подекуди, здебільшого з рекламною метою, видавець випускає гарно оправлену книгу ще і з суперобкладинкою. Суперобкладинка – це яскрава в художньому плані обгортка, яка накладається на оправу і тримається за допомогою клапанів (загинів). Це додатковий, підсилюючий елемент, що має на меті виділити дане видання з-поміж інших. Суперобкладинка призначена також захистити оправу, зберегти надовго її первинний святковий вигляд. Останнім часом вона виконує ще й інформаційну роль: на згинах подається лаконічно написаний текст, покликаний зацікавити, заінтригувати читача, спонукати відкрити книгу далі.

Важливим елементом конструкції книги, яка видається в оправі, є форзац. Форзац – це аркуш паперу формату розгорнутої книги, який однією половиною повністю приклеєний до внутрішньої частини оправи, а частиною іншої половини прикріплений до книжкового блока. Оскільки оправ покриває книжковий блок з двох боків, то й форзаців у книзі буває два – на початку і наприкінці книжкового блока. Задля скріплення, втримування в єдиному цілому книжкового блока форзац має виготовлятися з паперу спеціального гатунку, цупкішого від сторінок. Форзац також може слугувати елементом художнього оформлення – малюнки, орнаменти, репродукції, які часто вміщуються на цих місцях, є своєрідним композиційним завершенням бачення книги художником. Інколи форзаци виконують інформаційну функцію: містять таблиці, формули, топографічні карти (у підручниках, довідниках).

Корінець – це елемент матеріальної конструкції книги, який знаходиться в середній, центральній частині оправи або обкладинки, що обрамлюють скріплені аркуші чи зошити книжкового блока. Саме за написом на корінці можна віднайти книги відповідних авторів і назви. Корінець виконує дві функції: інформаційну і художню. За формою корінці бувають прямими, напівкруглими. Наявність художніх елементів та кількість тексту на корінці залежить від обсягу книги: чим більше в ній сторінок, тим ширшим є поле для реалізації творчої фантазії художника. Привабливо виглядають корінці з тисненою позолотою шрифту чи орнаменту.

За наявності в книжковому виданні оправи ще однією необхідною деталлю на корінці є каптал. Каптал – це приклеєна на верхньому і нижньому краях корінця смужка з тканинного матеріалу (здебільшого бавовни або шовку) з потовщеним окантуванням на виході певного кольору. Функція капталу подвійна: він зміцнює кріплення книжкового блока і прикрашає зовнішній вигляд видання.

У книговиданні поширена практика виготовлення для особливо цінних витворів друку додаткову захисну конструкцію у вигляді твердої коробки, з отвором на корінці або зовсім закритої. Таку конструкцію називають футляром.

Розрізняють службовий і функціональний футляри. Службовий виготовляють із звичайного однотонного картону і призначений для упаковки кожного примірника при транспортуванні чи тривалому зберіганні. Функціональний футляр слугує складовою художнього задуму творців книги і є частиною книги. Останніми роками українські видавці за прикладом західних колег відмовляються від службових картонних футлярів, використовуючи для захисту книг спеціальну поліетиленову плівку, бо це зручніше і дешевше.

Ще один елемент матеріальної структури видання, малопомітний, але важливий для зручності користування книгою і належного збереження її внутрішньої частини – закладка. Закладка – допоміжний елемент матеріальної структури видання, який використовується для позначення місця читання. Є два види закладок. Перший: вузька кольорова тканинна стрічка, прикріплена верхнім кінцем до капталу або корінця книжкового блока, яка за розміром на один-два сантиметри довша від нижнього обрізу книжкового блока. Другий: спеціально виготовлений вузький аркуш паперу підвищеної щільності, вкладений між сторінки книги. Особливо потрібний цей елемент у тих книжках, які за змістом не структуровані так, як навчальні чи наукові. За відсутності закладки невибагливий читач або загинає навкіс аркуш сторінки, або вкладає на те місце якийсь предмет, від чого книга деформується, псується.

Питання для самоконтролю

1. Які види видань виділяють за знаковою природою інформації?
2. Які види видань виділяють за способом виготовлення?
3. Які види видань виділяють за матеріальною конструкцією?
4. Які види видань виділяють за цільовим призначенням?
5. Які Ви знаєте класифікації й характеристики періодичних видань?
6. Які Ви знаєте класифікації й характеристики неперіодичних видань?
7. Що таке поліграфія? Поясніть взаємозв'язки поліграфії й видавничої справи.
8. Назвіть та охарактеризуйте основні історичні етапи розвитку поліграфії.
9. Які основні групи виробничих процесів включає технологія поліграфії?
10. Що таке оперативна поліграфія? Чи вважаєте Ви, що зазначений вид поліграфії втрачає свою актуальність з розвитком інформаційних технологій? Обґрунтуйте.
11. Назвіть та поясніть основні терміни щодо оформлення та виконання сторінки видання.
12. Назвіть та поясніть основні терміни щодо оформлювання та виконання блока видання.
13. Назвіть та поясніть основні терміни щодо оформлювання та покривання видання.
14. Назвіть та поясніть основні терміни щодо цільового оформлювання видання.

15. Назвіть та поясніть основні терміни щодо поліграфічного виконання видання.

16. Опишіть структуру книжкового видання.

Перелік рекомендованих джерел

1. ДСТУ 3017-2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. К. : Держспоживстандарт України, 2015. (Національний стандарт України).

2. ДСТУ 3018-95. Видання. Поліграфічне виконання. URL: <http://archive.chytomo.com/standards> (дата звернення: 15.11.2017).

3. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Поліграфія>.

4. Тимошик М. С. Види видавничої продукції. Книга як основний предмет видавничої діяльності. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1294> (дата звернення 15.12.2017).

Лекція 3

Тема: Характеристика редакційно-видавничого процесу

План:

- 1) Поняття й суть редакційно-видавничого процесу.
- 2) Основні етапи редакційно-видавничого процесу.

Виклад навчального матеріалу

1. Поняття й суть редакційно-видавничого процесу

Редакційно-видавничий процес – це сукупність обумовлених практикою книговидання послідовних дій видавничих працівників, спрямованих на підготовку і випуск у світ того чи іншого виду видавничої продукції.

Редакторська підготовка видань – складний багатоаспектний процес. Редактор вивчає ринок, виявляє запити і потреби читачів, визначає проблемно-тематичний і видо-типологічний склад репертуару видань, здійснює пошук авторів для підготовки нових творів, виявляє видання, які можуть стати основою перевидань. Крім того, редактор складає концепцію, розробляє модель майбутнього видання. Організовує формування апарату видання, забезпечує підготовку окремих його елементів, що з художнім редактором визначає загальні підходи до оформлення та ілюстрування книги. Редактор здійснює редакторську обробку представленої автором рукописи, забезпечує проходження рукописи у видавництві. Редактор розробляє програму рекламної кампанії видання, відстежує ситуацію, яка складається в процесі його розповсюдження.

У редакторській підготовці видань здійснюється інтерпретація твору автора засобами видавничої справи. Адекватна інтерпретація інформації, що містяться в авторській праці, можлива за умови розуміння редактором природи і сутності видання, специфіки літературної творчості, особливостей читацького сприйняття.

Відомо, що ступінь втручання редактора в підготовку твору визначається особливостями авторської праці. Так, наукова і художня діяльність спрямовані на вивчення навколишньої дійсності. Наукова література органічно завершує процес виявлення й аналізу законів і закономірностей природи й суспільства. Художня література реалізує результат художнього, естетичного пізнання людини. Тому редактор спрямовує свої зусилля переважно не на роботу з твором, а на підготовку видань, які можна розглядати як власне «авторські». Інші види видань, наприклад, довідкові, рекламні, науково-інформаційні, можна назвати «редакторськими», так як організацію твору, пошук автора, концепцію викладу змісту частіше за все створює редактор. Особливість дитячої літератури визначається насамперед її виховним, педагогічним значенням, її особливим впливом на читачів - дітей. Тут і автор і редактор спрямовують свої зусилля на забезпечення педагогічних підстав книги.

2. Основні етапи редакційно-видавничого процесу

Комплекс завдань і функції редактора вимагають виконання різноманітних видів робіт - від організаційно-управлінської до літературно-творчої. Така сукупність дій складна за реальним втіленням різноманітних функціональних обов'язків працівників видавництва і тривала в часі. Тому для кращого розуміння і сприйняття редакційно-видавничого процесу доцільно розділити його на кілька етапів:

- Підготовчий.
- Редакційний.
- Виробничий.
- Маркетинговий.

Розглянемо кожен із цих етапів детальніше.

Підготовчий етап

1) Цей етап починається задовго до тієї миті, коли редактор розпочне працювати з авторським оригіналом. Створений конкретним автором, такий оригінал ще потрібно віднайти. Видавцеві також необхідно впевнитися в тому, що саме цей оригінал відповідає профілю видавництва, його програмі, що, будучи перевтіленим у конкретний вид видання, він знайде споживача, окупить понесені затрати. Таким чином, **пошук потрібного автора та оригіналу** є найважливішою справою на цьому етапі дій видавця чи редактора.

Термін "**авторський оригінал**" замінив нещодавно термін "рукопис", оскільки писані тексти від руки нині до видавництв уже не подають. **Авторським оригіналом** є створена автором і подана для редакційно-видавничої обробки творча чи наукова праця з усіма необхідними компонентами (рисунки, таблиці, ілюстрації).

Натомість, **видавничим оригіналом** називається той самий авторський оригінал після його опрацювання у видавництві аж до готовності виведення оригінал-макета на плівках із доданими оригіналами зовнішнього оформлення.

Як потрапляють авторські оригінали до видавництва? Назвемо кілька найпоширеніших шляхів:

- «самопливом»;

- за посередництва літературних агентів;
- через виставково-ярмаркові та інші книговидавничі заходи;
- через індивідуальні замовлення авторам.

2) Є ще одна відповідальна дія редактора, що безпосередньо відноситься до його функціональних обов'язків і виконується або після одержання від автора придатного до редагування всього оригіналу, або його окремих фрагментів. Йдеться про **редакторський аналіз** як прогностичне міні-дослідження, мета якого – оцінити авторський оригінал не лише з точки зору структури, змісту, міри втілення авторського задуму, функціонального призначення, а й можливостей просування майбутнього видання на ринку, його економічної доцільності.

3) Наступною складовою підготовчого етапу редакційно-видавничого процесу є **приймання авторського оригіналу**. Правильно роблять у тих видавництвах, де поряд з електронною версією оригіналу вимагають подання варіанту тексту, виведеного на папері. Перше ознайомлення з сильними й слабкими сторонами оригіналу все ж краще з паперового варіанту. Що ж до самої електронної версії, то редактору на етапі приймання оригіналу важливо з'ясувати, у якій операційній системі та в якому текстовому редакторі здійснювалося складання, чи формат наданих даних підтримується програмами, що ними користуються у видавництві.

Серед вимог, які має поставити редактор перед автором під час прийняття оригіналу, обов'язковими залишаються дві:

- оригінал має бути підписаний автором із зазначенням дати подання його до видавництва;

- оригінал має бути комплектним і повністю підготовленим автором до видавничого втілення.

Підпис і дата, зазначені рукою автора, можуть бути важливими під час визначення термінів підготовки оригіналу та інших умов договору. Комплектність оригіналу передбачає наявність у ньому всіх його складових: змісту, анотації, бібліографічних посилань, передмови (післямови), покажчиків, додатків та інших елементів, залежно від виду і складності видання, а також ілюстративного матеріалу (штрихового та тонованого). Повністю підготовлений автором твір – гарантія того, що в процесі редакційної підготовки не виникнуть проблеми із дотриманням графіків проходження на різних стадіях підготовки оригінал-макета у видавництві та випуском готового видання у світ на поліграфічному підприємстві.

4) І, нарешті, редактор на цьому етапі готує **первинні документи** для створення **облікової картки видання**. Такими є:

- творча заявка від автора, написана на ім'я керівника видавництва;
- розгорнута анотація або план-проспект видання;
- інформація про самого автора, що містить точні паспортні дані.

Ігнорувати такими, на перший погляд, дрібницями не можна. Адже вказана в цих документах інформація необхідна для складання проекту угоди з автором, підготовки матеріалів для початку редакторської роботи з оригіналом, промоції майбутнього видання.

Редакційний етап

1) Перед тим як поставити одержаний оригінал на конвеєр редакційної обробки, редактору в деяких випадках доведеться вирішити ще одне питання, пов'язане з **рецензуванням**.

У яких випадках рецензування майбутнього видання є обов'язковим? Тоді, коли готуються до друку:

- підручник або навчальний посібник з грифом Міністерства освіти і науки України;

- будь-який вид навчального видання з рекомендацією навчального закладу чи наукової установи, якщо це видання здійснюється не на замовних засадах;

- довідкове, енциклопедичне видання;

- наукове, науково-популярне видання.

Питання спрощується, коли до видавництва надходить оригінал уже з рекомендаційним грифом. Виходить, що непросту процедуру рецензування взяв на себе автор або навчальний заклад, де він працює. Як правило, це буває з нормативними підручниками, авторами яких є відомі в своїй галузі фахівці. Здебільшого ж отриманням грифів займаються самі видавці. Для цього слід упевнитись, що запропонований до видання оригінал є якісним. Такої певності можуть додати (або розвіяти) рецензії фахівців.

Рецензією прийнято називати критичний твір, у якому розглядається й оцінюється опубліковане видання (це зовнішня рецензія, призначена для публікації в пресі) чи оригінал майбутнього видання (це внутрішня рецензія, виконана на замовлення видавництва чи навчального закладу).

Надсилаючи оригінал на рецензування, видавництво підписує угоду з рецензентом, у якій чітко обумовлює терміни подачі рецензії та ставку винагороди за виконану роботу.

Редактор, ознайомлюючись із рецензією, має звернути увагу, наскільки правильно і ґрунтовно вона зроблена. Як правило, цей жанр складається з трьох частин: загальної, посторінкового розгляду та висновку. Вимогами змістової частини рецензії є обов'язкове окреслення повноти твору за такими параметрами:

- місце рецензованої праці серед раніше опублікованих на цю тему;

- новизна праці;

- актуальність теми;

- повнота охоплення матеріалу;

- відповідність дібраного ілюстративного матеріалу темі;

- доступність стилю викладу читацькій аудиторії, якій призначатиметься видання.

Якщо в рецензії вказані суттєві зауваження до структури чи змісту, їх доведеться усувати авторові до початку редагування. Зауваження і побажання, які істотно не впливають на структуру твору, можуть бути враховані в процесі редагування.

У контексті рецензування важливо наголосити на одному нюансі, що має відношення до видавничої етики. Зазвичай видавництво надає авторові копію рецензії на оригінал, особливо у випадках, коли вона є негативною. Проте

трапляються випадки, коли з різних причин рецензент не бажає, аби його прізвище розкривалося авторові. Тоді замість копії рецензента редакторові доцільно підготувати авторові листа, детально виклавши в ньому ті зауваження рецензента, з якими видавництво погоджується.

2) Після завершення рецензування за роботу з оригіналом можна братися редактору. Йдеться про *початок редагування*.

У зв'язку із комп'ютеризацією видавництв і перенесенням сюди з поліграфічних підприємств практично усіх процесів, пов'язаних із складанням, верстанням, макетуванням і виведенням на плівки готового оригінал-макета видання, придатного для поліграфічного відтворення, редакційний процес у видавництвах різного типу організований по-різному. У переважній більшості невеликих, нечисленних за штатом, видавництв чи не всі функції підготовки до друку видання (редагування; складання; верстання, включно з технічним й художнім; коректура) здійснює одна людина. Хоча суміщення в одній особі кількох важливих функцій редакційно-видавничого процесу можливе, однак це однозначно негативно відбивається на якості підготовки майбутнього видання.

Практика видавничої справи вже довела, що одна людина не може бути і редактором, і коректором одного й того ж видання. Якою грамотною і досвідченою вона б не була, помилки в оригінал-макеті будуть неминучими. Пояснення просте: при повторному читанні одного й того ж тексту відбувається процес звикання до нього, тому видавничі й коректорські помилки вже не так помітні. Потрібна «свіжа голова».

Нині в запалі зробити «революцію» в редагуванні завдяки появі на столі редактора комп'ютера, деякі вчені та практики поспішили оголосити коректуру зайвою ланкою редакційно-видавничого процесу, а сам цей процес спростити ще й за рахунок ліквідації коректурного обміну версток на папері. Однак, часто така непрофесійна поспішність призводить до зниження якості видань. Верстку поки що не можна доводити до кондиції лише на екрані — без паперового її варіанту. Ця вимога є особливо актуальною, коли йдеться про серйозні, престижні видання.

Таким чином, зосередимо увагу на одному з оптимальних варіантів порядку проходження оригіналу в редакції видавництва.

1. Перше читання (чи детальний перегляд) оригіналу редактором та його аналіз. Раніше обов'язковою умовою завершення першого читання було складання редакторського висновку і затвердження його головним редактором. Нині переважна більшість видавців цю давню вимогу радянського видавничого процесу ігнорують.

2. Редагування тексту редактором.

3. Робота з відредагованим текстом технічного і художнього редакторів перед верстанням. Обумовлюються гарнітури і розміри шрифтів основного, допоміжного, службового текстів, заголовків, а також різноманітні виділення, відступи, спуски; вказуються місця для елементів художнього оформлення, колонтитулів, колонцифр тощо.

4. Верстання відредагованого тексту в обумовленому форматі і у відповідності із вказівками технічного та художнього редакторів. Здійснюється оператором комп'ютерного набору або верстальником.

Починаючи з 1990-х верстка здійснюється переважно за допомогою комп'ютерів. Верстка має багато визначень. По-перше, верстка — виробничий процес монтажу всіх елементів сторінки видання в смугу набору. По-друге, версткою називають також тип комплектування ілюстрацій на смузі. Таких типів виділяють декілька:

- відкрита верстка: ілюстрація розміщується зверху або знизу смуги на всю її ширину;

- відкрита верстка в оборку: ілюстрація розміщується в одному з кутів смуги;

- закрыта верстка в оборку: ілюстрація розміщується біля одного з бокових полів смуги і оточується текстом з трьох сторін;

- закрыта верстка в розріз: ілюстрація розміщується на всю ширину смуги, а текст оточує її зверху та знизу;

- глуха верстка: ілюстрація з усіх сторін оточується текстом;

- смугова верстка: ілюстрація повністю займає смугу;

- верстка під обріз: ілюстрація виходить за поля сторінки так, що полів немає зовсім;

- верстка ілюстрацій з виходом на поле;

- верстка на полях: ілюстрація повністю виноситься на поле сторінки;

- розпашна верстка: ілюстрація через корінець переходить з однієї сторінки розвороту на іншу;

- комбінована верстка: на одній сторінці (одному розвороті) поєднуються різні типи верстки;

- ламана верстка: газетні матеріали на шпальті врізаються один в одного;

- симетрична верстка: текст, заголовки, ілюстрації розташовані взаємно врівноважено відносно один одного.

3) Читання першої верстки, звіряння редакторських виправлень, внесених у форматі А4. Коректорські процеси зчитування і вичитування. Ці два процеси важливо розрізняти. Зчитування є зіставленням зверстаного варіанта видання після редагування з його оригіналом; вичитування передбачає усунення орфографічних, пунктуаційних і буквених помилок, дотримання принципів уніфікації й однакового стилю тексту.

На цьому етапі необхідно основну увагу приділити помилкам технічного характеру: «висячі» рядки, неоднакова кількість рядків на сторінках, повторні переноси тощо. І лише після всіх цих етапів редагування макет підписується головним редактором до друку.

6. Виведення підписаної редактором і головним редактором верстки на папір. Остання звірка попередніх виправлень.

7. Виведення оригінал-макета на плівки.

Оригінал-макет – підписані головним редактором шпальти майбутнього друкарського продукту.

8. Виготовлення, редагування, звіряння і виведення на плівки художнього оформлення зовнішньої і внутрішньої частин видання. Здійснюється спільно редактором і художнім редактором або художником.

Виробничий етап

Виробничий етап редакційно-видавничого процесу починається заздалегідь – з вибору видавництвом поліграфічного підприємства та укладання угоди з ним на друкування видання. Після цього здійснюють передачу оригінал-макета з усіма необхідними документами (лист видавництва, комплектний оригінал, технічна видавнича специфікація та договір із поліграфічним підприємством).

З цієї миті вся подальша робота з перетворення оригінал-макета в конкретне видання здійснюється за межами видавництва. І хоч серйозне поліграфічне підприємство найперше зацікавлене в якісному виконанні замовлення видавця (адже від цього залежить подальша співпраця партнерів), на цьому етапі є кілька важливих процесів, які не можуть завершитися без участі редактора.

1. Звіряння й підписання до друку відбитків художнього оформлення, зроблених після кольороподілу. Кольороподіл – це процес поділу зображення на основні кольори для того, щоб зображення було надруковане для кожного кольору окремою друкарською формою. Є адитивний і субтрактивний принципи синтезу кольорів.

2. Звіряння й підписання до друку чистих аркушів внутрішньої частини видання перед формуванням книжкового блоку.

3. Звіряння й підписання до друку сигнального примірника.

Видавнича практика засвідчує, що редакторський контроль на цьому завершальному відрізкові складного шляху проходження видавничого оригіналу приховує у собі немало прикрих несподіванок. Наведемо деякі з них, які змусять насторожитись видавця.

Можливі помилки в художньому оформленні:

- невідповідність гама кольорів, запропонованих у макеті художника видавництва, та реальним друкарським відбитком (певний колір може зникнути або замінитися на інший у результаті якогось дрібного втручання оператора комп'ютерного складання на етапі кольороподілу після підписання макета художнього оформлення до друку);

- буквені помилки у прізвищах авторів та заголовків видань, які запрограмовані були поверховим читанням редактора;

- буквена чи й текстова розбіжність між написами на обкладинці і корінці видання;

- розбіжність у назвах розділів змістової частини видання і шмуцтитулів.

Можливі помилки в книжковому блоці:

- численні випадки буквених помилок (культура видання потребує спеціальної вклейки перед кінцевим форзацом із зазначенням виявлених на етапі звіряння сигнальних примірників помилок та правильного варіанта прочитання);

- незаповнені текстом суміжні сторінки якогось аркуша;

- невідповідність ілюстрації змісту текстівки;
- перевернута сторінка (а то й цілий аркуш).

Отже, якісне завершення виробничого етапу, як і в цілому редакційно-видавничого, значною мірою залежатиме від того, наскільки злагоджено попрацювали всі служби видавництва на двох попередніх етапах. Якщо не враховувати технічних вад друку, що інколи трапляється з вини друкарні, витоки всіх інших, явних і прихованих, помилок, які стають помітними вже після виготовлення готового накладу, беруть початок усе ж у видавництві. А якщо користуватися давнім визначенням редактора як директора конкретного видання, тоді зрозумілою стає роль і відповідальність представника цієї професії у створенні і подальшому побутуванні будь-якого видавничого продукту.

Маркетинговий етап

Непросто визначити, від якої межі бере початок цей етап. У переважній більшості середніх і великих видавництв він настає після одержання редактором первинних документів від автора. Адже чим раніше буде продуманий і організований комплекс заходів, спрямованих на промоцію (просування на книжковому ринку) конкретного видавничого продукту, тим успішніше можна його реалізувати.

Завданням редактора на цьому етапі є написання такого рекламного тексту, який би відразу «запрацював» на створення високого іміджу майбутнього видання. Нерідко буває, що слабкий зміст книги компенсується успішною рекламою та іншими маркетинговими акціями. І, навпаки, прекрасне за змістом видання раптом «залягає» на складі, бо і каталожна картка, і анотація, і рекламні тексти для преси зроблені бездушно, непрофесійно, без живої іскорки.

Одна суттєва заувага щодо форми реалізації редакторських виправлень і приписів на всіх етапах редакційно-видавничого процесу. Будь-які письмові вказівки редактора іншим учасникам видавничого процесу (оператору комп'ютерного складання, автору, технічному чи художньому редактору) є недоречними, оскільки на книжкових шпальтах для цього немає місця. Видавничо-поліграфічна практика віддавна виробила цілу серію простих, доступних для розуміння новачка знаків, які стали називатися коректурними. Побувають вони протягом століть і дійшли до сучасної, всуціль комп'ютеризованої, видавничої справи практично без суттєвих змін. До того ж, коректурні знаки, як і знаки дорожнього руху, дуже схожі між собою і в інших країнах. Незнання цих знаків, чи невміння ними користуватися (незалежно від того, є у видавництві коректорська служба чи немає) однозначно характеризуватиме професійний рівень працівників такого видавництва, загальну культуру організації видавничого процесу.

Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте суть редакційно-видавничого процесу.
2. Назвіть основні етапи редакційно-видавничого процесу.
3. Опишіть підготовчий етап редакційно-видавничого процесу.

4. Охарактеризуйте редакційний етап редакційно-видавничого процесу.
5. Виявіть особливості виробничого етапу редакційно-видавничого процесу.
6. З'ясуйте взаємозв'язок видавництва та поліграфічного підприємства (друкарні).
7. Опишіть маркетинговий етап редакційно-видавничого процесу.
8. Охарактеризуйте документаційне забезпечення редакційно-видавничого процесу.

Список рекомендованої літератури

1. Організація редакційно-видавничого процесу. URL: https://pidruchniki.com/92602/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/organizatsiya_redaktsiyn_o-vidavnichogo_protsesu (дата звернення 10.01.2018).
2. Редакційно-видавничий процес. URL: <https://helpiks.org/6-12562.html> (дата звернення 10.01.2018).

Лекція 4

Тема: Основні розмірні та кількісні параметри видань

План:

1. Формати видань.
2. Обсяги видань.
3. Обсяг редакторської роботи.

Виклад навчального матеріалу

1. Формати видань

У своїй повсякденній праці редакторів будь-якого видавництва чи видавничого підрозділу часто доводиться розв'язувати далеко не другорядні питання, пов'язані з розмірними характеристиками того чи іншого виду видавничого продукту. На їх формування передусім впливають такі складники:

- ширина й висота видання в цілому (формат видання);
- ширина й висота набраних шпальт (формат сторінки);
- кількість рядків та знаків у рядку;
- кількість колонок на шпальті;
- загальний обсяг усього текстового та ілюстративного матеріалу (у знаках, квадратах, сторінках, аркушах);
- величина шрифтів.

Знаючи характеристики цих складників, можна легко з'ясувати співвідношення кількості сторінок авторського та видавничого (після редагування) оригіналів із кількістю сторінок майбутнього оригінал-макета. А це вже дає можливість досвідченому редакторові «прикинути», навіть без допомоги спеціаліста економічної служби, потребу в папері на майбутнє видання, визначити оптимальний вид оправи чи обкладинки, суму витрат на придбання матеріалів та оплату поліграфічних послуг. Добра орієнтація в розмірних параметрах того чи іншого видавничого продукту слугує, скажімо, для керівника видавництва (головного редактора чи директора) відправною точкою для об'єктивного визначення, за умови стабільної організації

редакційно-видавничого процесу, денного чи місячного обсягу редагування та роботи з версткою творчими працівниками видавництва і, відповідно, розміру оплати за виконану працю чи авторської винагороди за поданий для публікації твір.

Отже, досконале оволодіння означеною вище проблематикою є в набутті професійних навичок редактора-видавця чи не одним із найголовніших завдань.

Основні розмірні та кількісні параметри видання умовно можна згрупувати за такими блоками:

- формати видань;
- обсяги видань;
- обсяг редакторської роботи.

Формат видання — це розмір готового видання, що визначається шириною і довжиною сторінки видання у міліметрах чи шириною і довжиною аркуша паперу видання в сантиметрах із зазначенням частини, яку займає сторінка видання.

Для досягнення певного формату видання з метою зменшення відходів після його обрізування світова видавнича практика виробила такі основні способи складання аркушів паперу, призначеного для друку різних видів видавничої продукції:

in folio — аркуш згинався один раз навпіл (текст, що друкувався з обох боків, мав, таким чином, чотири сторінки, а одна сторінка — четверту долю аркуша);

in quarto — аркуш згинався двічі (виходило вісім сторінок, а одна сторінка — восьму долю аркуша);

in octavio — аркуш згинався чотири рази (за умов друку з обох боків виходило 16 заповнених текстом сторінок, а одна сторінка — 16-ту долю аркуша).

Історично склалося так, що в Україні ширина рулонів паперу, призначеного для друку книжкових і періодичних видань, що визначається в сантиметрах, набула таких стандартних розмірів: 60x84; 60x90; 70x90; 75x90; 70x100; 70x108; 84x108.

Розмір книжкового чи періодичного видання, що ставав похідним після згинання (фальцювання) аркушів вище зазначених розмірів у декілька разів (два, три, чотири чи п'ять) отримував свій формат. Такий формат позначався відповідним цифровим рядом.

Скажімо, формат видання 84x108/32 можна «прочитати» так: стандартний аркуш паперу, з якого друкувалося це видання, мав ширину 84 см, довжину 108 см, а розмір однієї книжкової сторінки — 32-гу долю, тобто цей аркуш до обрізування був зігнутий чотири рази і з нього вийшло 32 сторінки, заповнені текстом чи ілюстраціями.

Таким чином, розміри друкованого видання прийнято позначати трьома цифрами, перші дві з яких сполучені знаком (x), а третя — косим знаком (/). Із розглядуваного нами формату (84x108/32) 84x108 означає формат стандартного паперового аркуша в сантиметрах, а подана через косу цифра 32 — долю цього аркуша, одну сторінку.

Рішення щодо вибору формату майбутнього твору приймає видавець. Однак він погоджує своє рішення з тією друкарнею, де передбачається твір випустити в світ. Попереднє з'ясування цього питання є необхідним, оскільки не кожна друкарня може відтворювати поліграфічним способом будь-які формати видань.

Які чинники впливають на вибір формату? Їх кілька:

- обсяг видання;
- вид видання;
- читацька адреса;
- формат паперу, на якому друкуватиметься наклад;
- можливості конкретної друкарні;
- вимоги державного стандарту.

Після здобуття Україною незалежності вітчизняні видавці та поліграфісти при виборі форматів видань тривалий час користувалися старими радянськими стандартами. Нині вони зобов'язані дотримуватися стандартів, розроблених і затверджених власною державою.

Формати вітчизняних видань та технічні вимоги до їх виконання регламентують такі три галузеві стандарти України:

ГСТУ 29.1-97 «Журнали. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги» (затверджений Мінінформом України 16 серпня 1997 року)

ГСТУ 29.5-2001 «Видання книжкові. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги» (затверджений Держкомінформом України 15 червня 2001 року)

ГСТУ 29.3-2000 «Газети. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги» (затверджений Держкомінформом України 22 червня 2000 року)

Оптимальні варіанти вітчизняних форматів журнальних видань наведені у таблиці 4.1:

Таблиця 4.1 – Формати журнальних видань

Вид журналу, обсяг	Формат (см) і доля аркуша
Літературно-художній журнал:	
• великого та середнього обсягу	84x108/16, 84x108/32, 70x108/16, 70x100/16, 70x90/16, 60x84/16, 60x90/16,
• малого обсягу (16-56 стор.)	84x108/16, 70x100/16, 70x108/8, 60x90/8
Громадсько-політичний журнал	Те саме
Науково-популярний журнал:	
• для широкого кола читачів	70x100/16, 70x108/16, 84x108/16, 84x108/32, допускається 60x90/8
• для школярів середнього та старшого віку	60x90/8, 70x100/16, 84x108/32
Популярний журнал	70x100/16, 70x108/16, 84x108/16, 84x108/32, допускається 60x90/8
Виробничо-практичний журнал:	
• ілюстрований	84x108/16

	Продовження таблиці 4.1
• з незначною кількістю ілюстрацій	60x84/8, 60x90/8, 60x84/16, 60x90/16, 70x100/16, 70x108/16
Науковий журнал:	
• ілюстрований	60x84/8, 60x90/8, 84x108/16
• з незначною кількістю ілюстрацій	60x84/16, 60x90/16, 70x100/16, 70x108/16
Реферативний журнал	60x84/8, 60x90/8, 60x88/8

Оптимальні варіанти вітчизняних форматів газетних видань наведені у таблиці 4.2.

Таблиця 4.2 – Формати газетних видань

Основні формати газет (мм)	Похідні формати газет (мм)
(A2) 420x594	(A3) 297x420 (A4) 210x297
450x598	299x450 225x429
420x630	315x420 210x315
420x598	299x420 210x289
420x578	289x420 210x275
350x540	270x350

2. *Обсяги видань*

Поняття обсягу, як і формату видання, криється в його кількісній характеристиці. Найперша — це кількість сторінок або колонок. Професійними ж означеннями такої характеристики є різні види аркушів:

- паперовий;
- фізичний друкований;
- умовний (приведений) друкований;
- авторський;
- обліково-видавничий.

Таким чином, обсяг видання – це його кількісна характеристика, виражена певною кількістю аркушів, сторінок чи колонок.

Для чіткішого розуміння цього визначення важливо з'ясувати деякі особливості термінологічних ознак перелічених вище різних видів аркушів.

Паперовий аркуш з фізичної (предметної) точки зору — виготовлений здебільшого з рослинних або штучних волокон і доведений до певних розмірів листоподібний матеріал, призначений для різних цілей, здебільшого для друкування текстів чи ілюстрацій. З точки зору видавничо-поліграфічного терміна — це одиниця розрахунку кількості паперу, необхідного для друкування конкретного видання. Існують різні стандартні розміри паперового аркуша. Всі серії (А, В, С) існуючих паперових форматів відносяться до світового стандарту ISO 216 (таблиця 4.3).

Таблиця 4.3 – Формати паперового аркуша (джерело: <http://bibliograph.com.ua/deloproizvodstvo-1/19.htm>)

Ряд А		Ряд В		Ряд С	
A0	841×1189	B0	1000×1414	C0	917×1287
A1	594×841	B1	700×1000	C1	648×917
A2	420×594	B2	500×707	C2	452×648
A3	297×420	B3	353×500	C3	323×458
A4	210×297	B4	250×353	C4	229×324
A5	148×210	B5	176×250	C5	162×229
A6	105×148	B6	125×176	C6	114×162
A7	74×105	B7	88×125	C7	81×114
A8	52×74	B8	62×88	C8	57×81
A9	37×52	B9	44×62		
A10	26×37	B10	31×44		
A11	18×26	B11	22×31		
A12	13×18	B12	15×22		
A13	9×8				

Друкований аркуш з фізичної точки зору — це площа поверхні одного боку паперового аркуша певного розміру, призначена для нанесення фарби із задалегідь виготовленої друкованої форми. Тому такий аркуш ще називають фізичний друкований.

На один паперовий аркуш можна нанести за допомогою друкованої форми два відбитки — з лицьового і протилежного боку. Таким чином, один фізичний друкований аркуш складає половину паперового аркуша. Іншими словами, на одному паперовому аркуші вміщується (якщо заповнювати його з двох боків) два друковані.

Нерідко початкуючі видавці, не розуміючи різниці між паперовим і друкованим аркушами, допускають помилки, визначаючи потребу в папері на конкретне видання, надто ж коли це видання книжкове. Адже на відміну від газетних видань, друк яких здійснюється прямо з паперових рулонів, папір для друку книг розрізується з тих же рулонів на аркуші певних стандартних розмірів. За умов неусвідомленого підходу до цього питання, можна недорахувати, або, навпаки, перерахувати потребу паперу практично наполовину. Простежимо можливість появи такої помилки на конкретному прикладі.

Припустимо, що видавець підготував для друку оригінал-макет, що має в загальному обсязі 80 сторінок. На одному друкованому аркуші стандартного паперу вміщується, скажімо, вісім сторінок. Скільки фізичних друкованих і паперових аркушів піде на один примірник такого видання?

Обсяг книги у фізичних друкованих аркушах визначається поділом загальної кількості сторінок видання (80) на їх кількість в одному друкованому аркуші (8):

$$80 : 8 = 10.$$

Оскільки один друкований аркуш — це половина паперового, то останніх треба буде вдвічі менше ($10:2=5$). Таким чином, на друк одного примірника книги обсягом 80 сторінок потрібно десять фізичних друкованих або п'ять паперових аркушів. Знаючи методику визначення кількості аркушевідбитків

відповідно до обсягу та накладу видання, можна легко підрахувати, скільки паперу піде на друк усього накладу.

Фізичні друковані аркуші у різних країнах світу випускаються різних форматів. Проте для точного ведення статистики друку, який здійснюється кожною державою, за наявності значної кількості різноформатних видань дуже важко підрахувати й скласти порівняльні дані, скажімо, за роками чи країнами випуску, про реальні обсяги такої друкованої продукції. З іншого боку, виникають ускладнення у визначенні реальних потреб країни в папері. Тому з метою приведення до якогось спільного знаменника загальної методики підрахунку обсягів випущених у різних форматах видань за конкретний період часу й було запроваджено єдиний спільний вимірник, який дістав назву умовний (або приведений) друкований аркуш.

Умовний друкований аркуш – це такий друкований аркуш, який слугує одиницею обліку й зіставлення різних обсягів видань, видрукованих на паперових аркушах різних форматів й за основу розміру якого взято величину 60х90 сантиметрів загальною площею 5400 кв. сантиметрів.

Відповідно до цього розміру приводяться друковані аркуші всіх інших існуючих у країні форматів видань з метою визначення їх обсягів в умовних друкованих аркушах. Як перевести фізичні друковані аркуші в умовні? Проілюструємо це на конкретному прикладі.

Візьмімо оригінал-макет обсягом 15 фізичних аркушів, наклад якого планується друкувати на папері форматом 70 х 100. Нам треба вивести з цієї кількості друкованих аркушів умовні. Для цього найперше слід визначити площу конкретного фізичного друкованого (у нашому випадку це 70х100 см) і площу умовного друкованого аркуша (вона беззмінна — 60х90 см). У першому випадку ця площа становитиме 7000 кв. см, у другому — 5400 кв. см. Тепер залишається встановити, скільки умовних друкованих аркушів розміститься на вибраному нами друкованому аркуші формату 70х 100. Для цього ділимо загальну площу друкованого аркуша на загальну площу умовного аркуша:

$$7000 : 5400 = 1,30.$$

Число 1,3 означає, що в одному фізичному друкованому аркуші формату 70х 100 вміщується 1,3 умовного друкованого аркуша. У нашому випадку ми маємо майбутнє видання обсягом 15 фізичних друкованих аркушів. Отож, усіх умовних аркушів буде більше в 1,3 разу ($15 \times 1,3 = 19,5$).

Як підсумок розгляду цього прикладу зазначимо: видання, що в загальному обсязі складає 15 фізичних друкованих аркушів за умови формату паперу 70х100 при переведенні його в умовні друковані аркуші матиме таких аркушів 19,5. Так званий перевідний коефіцієнт тут становить 1,3.

Таким чином, загальна методика переведення фізичних друкованих аркушів в умовні полягає в тому, що загальний обсяг книги у фізичних друкованих аркушах множиться на перевідний коефіцієнт. Перевідний коефіцієнт — це число, що показує, скільки умовних друкованих аркушів вміщується у фізичному аркуші.

Авторський аркуш – це умовна одиниця виміру обсягу створеного автором (упорядником, перекладачем) оригіналу, що складає 40 тисяч знаків

прозового тексту з урахуванням розділових знаків та прогалін між словами, або 700 рядків віршованого тексту, або 3 тисячі кв. см площі ілюстраційного матеріалу.

Ця одиниця виміру найчастіше вживається:

- при укладанні авторської угоди з автором, оскільки в основу договірних стосунків між видавцем та автором сума авторської винагороди встановлюється відповідно до розміру ставки за один авторський аркуш;

- при визначенні обсягу роботи редактора на етапі опрацювання авторського оригіналу.

До настання ери комп'ютерних технологій автори подавали до видавництв оригінали, віддруковані на машинці. Для спрощення роботи редактора з підрахунку обсягів таких оригіналів існували спеціальні стандарти оформлення машинописних сторінок: на одній сторінці машинопису мало вміщуватися не більше 30 рядків, в одному рядку — не більше 60 знаків з проміжками. За умов дотримання таких вимог, 40 тисяч знаків «набігало» до кінця 23-ї сторінки. Отож, 230 сторінок такого машинописного тексту прирівнювалося до 10 авторських аркушів.

Обліково-видавничий аркуш – це умовна одиниця виміру обсягу власне авторського, а також доданого видавництвом іншого текстового чи ілюстративного матеріалу, куди входить вся службова частина видання. Обліково-видавничий, як і авторський, аркуш становить 40 тисяч знаків прозового тексту з урахуванням розділових знаків та прогалін між словами, або 700 рядків віршованого тексту, або 3 тисячі кв. см площі ілюстраційного матеріалу.

3. **Обсяг редакторської роботи**

Із формуванням нової видавничої системи, запровадженням ринкових механізмів у діяльності новоутворених видавництв різних форм власності перестали діяти колишні радянські нормативи, за якими обраховувався обсяг роботи видавничих працівників за конкретний період часу на всіх етапах редакційно-видавничого процесу та, відповідно, визначалася сума винагороди за виконану працю.

Нині видавництва самостійно встановлюють такі обсяги роботи, виходячи передусім з інтересів економічної доцільності та професійного рівня творчого складу видавничого підрозділу.

Переважає більшість державних та крупних новоутворених видавництв недержавної форми власності головним критерієм обсягу виконаної редакторськими працівниками роботи визначила один обліково-видавничий аркуш. В основу одного нормозавдання береться відповідна кількість обліково-видавничих аркушів. Конкретна їх кількість залежить від виду видання та складності тексту. Скажімо, кількість аркушів художнього тексту в одному нормозавданні безумовно має бути більшою від тексту навчальної чи наукової літератури. Адже редакторська робота над останніми потребуватиме більше часу.

Більшість сучасних вітчизняних видавництв перейняли перевірену часом практику радянського книговидання, коли нормозавдання для редактора поділялися на два етапи: робота над авторським оригіналом до верстки і робота над видавничим оригіналом після одержання першої верстки. Необхідність поділу нормозавдань на дві частини пояснювалася тим, що за стабільної, конвеєрної роботи нерідко редактор редагував один оригінал і паралельно вчитував верстку зовсім іншого видання, яке було здане до складання на кілька місяців (тижнів) раніше. Оскільки для ознайомлення, написання редакторського висновку і редагування авторського оригіналу (етап до верстки) витрачалось в середньому стільки часу, як згодом на роботу над першою і другою верстками, чистими аркушами та сигнальним примірником (етап після одержання верстки), то поділ нормозавдань в аркушах здійснювався порівну.

Таким чином, на місяць одному редакторові доводиться до виконання два нормозавдання: одне — на здачу відредагованого тексту і друге — на випуск готового видання. Враховуючи щорічну місячну відпустку працівника і його одинадцятимісячну зайнятість на роботі, на рік таких нормозавдань має бути 22:11 — зі здачі і стільки ж — з випуску.

Аналіз нормозавдань сучасних видавництв різних форм власності засвідчує, що в середньому одне нормозавдання з редагування містить, залежно від видів і складності видань, від 5 (підручник для шкіл) до 13-ти (перевидання офіційної чи художньої літератури, яка не потребує редагування) обліково-видавничих аркушів. Стільки ж аркушів слід «видати» редакторові за місяць й на етапі роботи з версткою цього чи іншого видання.

Виходячи з вищевикладеного, в таблиці 4.4 наводяться типові розрахункові нормативи на місяць за основними виданими видань.

Таблиця 4.4

№	Вид видання	Норматив в обл.-вид. арк. зі здачі (перше читання редвисновок, редагування)	Норматив в обл.-вид. арк. з випуску (перша, друга верстки, сигнал)
1	Офіційна література (закони, постанови, укази)	11	11
2	Документальна література	10	10
3	Мемуарна, художня, дитяча література	9	9
4	Практичні посібники та коментарі	8,5	8,5
5	Довідкова література	6,5	6,5
6	Наукова література (монографії)	7	7
7	Науково-популярна література	7,5	7,5
8	Література виробничо-практичного характеру	8,5	8,5
9	Підручники для вищих навчальних закладів (гуманітарні, природничі)	6-7	6-7
10	Підручники для шкіл (гуманітарні, природничі)	5,5-6,5	5,5-6,5
11	Навчально-методичні видання	8	8

Вказані нормозавдання є орієнтовними і не мають бути догмою. Оскільки процес редагування має в собі багато елементів творчості, у кожному конкретному випадку, залежно від складності оригіналу, завідувач редакції, за погодженням із головним редактором видавництва, визначає остаточний обсяг нормозавдання. Скажімо, у випадку з підготовкою перевидання наукового твору із складною службовою частиною (передмови, історико-біографічні нариси, примітки, покажчики) на цю частину видання слід визначати іншу, меншу, норму для редагування і роботи над версткою.

Слід також пам'ятати, що нерідко через бажання прискорити період перетворення авторського оригіналу у видавничий, а згодом — у конкретне готове видання, денна або місячна норми виконання роботи завищуються, що згодом неминуче негативно позначається на якості готового видавничого продукту.

Питання для самоконтролю

1. Якими нормативними документами регулюються формати друкованих видань й технічні вимоги до їх виконання.
2. Які є найпоширеніші формати друкованих видань?
3. Які чинники впливають на вибір формату видання?
4. Як «прочитати» формат видання?
5. Які види аркушів Ви знаєте? Охарактеризуйте, порівняйте.
6. Які одиниці вимірювання форматів та розмірів видань та їх сторінок є загальноприйнятими?
7. Що таке обсяг редакторської роботи? Які основні чинники слід враховувати для його нормування.

Список рекомендованої літератури

1. ДСТУ 4489:2005. Видання книжкові та журнальні. Вимоги до форматів. Чинний від 2006-10-01. URL: <http://archive.chytomo.com/standards/vidannya-knizhkovi-ta-zhurnalni-vimogi-do-formativ-dstu-44892005> (дата звернення: 10.12.2017).
2. Об'єм редакторської роботи. URL: <https://studfiles.net/preview/5264486/page:28/> (дата звернення 12.12.2017).
3. Тимошик М. С. Розмірні параметри книжкових та газетно-журнальних видань. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1321> (дата звернення: 15.12.2017).

Лекція 5

Тема: Порядок створення видавництв

План:

1. Класифікація сучасних видавництв.
2. Порядок створення видавництва.
3. Типові організаційні структури видавництв.

Виклад навчального матеріалу

1. Класифікація сучасних видавництв

На сьогоднішньому книжковому ринку відбилася низка нових факторів:

- Конкуренція у виробництві споживчих товарів — отже, і в книжковій промисловості стає дедалі жорсткіша. Надто багато виробників зазіхають на гаманець споживача.

- Книжка для багатьох утратила свою самостійну цінність і зазнає дедалі гострішої конкуренції з боку інших засобів інформації та розваг.

- Тиск витрат на підприємство — досить згадати хоча б плату за виробничі приміщення — непомірно зріс.

- Попит дуже великою мірою вже задоволений. Дійти до нових потенційних читацьких верств надто важко — а ще важче їх утримати.

- Площа полиць у торговельних приміщеннях обмежена, і за цей «життєвий простір» між видавництвами точиться затята боротьба.

Все це веде до чіткої професіоналізації видавничої справи. До того ж, дедалі більше зростає влада торгівлі над виробництвом: саме книгарі вирішують, яка продукція якого видавництва буде представлена в асортименті їхніх книгарень, і таким чином визначають успіх чи провал тієї або іншої видавничої програми.

Видавництво може реєструватися як фізична особа – приватний підприємець (ФОП) або як юридична особа. Якщо видавництво є ФОП, то його права досить обмежені, наприклад, видання **не більше 5-ти найменувань в рік**.

Видавництво – це створене у відповідній організаційно-правовій формі підприємство, головним змістом діяльності якого є підготовка, випуск і реалізація різних видів друкованих, електронних та комбінованих видань.

На відміну від видавництва, видавничий підрозділ не має юридичного статусу і є складовою будь-якого іншого підприємства, організації, закладу, що одержали, з-поміж інших, право видавничої діяльності. Що ж до організації тут самого редакційно-видавничого процесу, то він нічим не відрізняється від того, який існує у видавництві.

Для успішного провадження своєї діяльності видавництво повинно ставити перед собою **такі запитання**:

- Чого прагне досягти підприємство в середній чи далекій перспективі?
- Чи організаційна структура видавництва націлена на здійснення такої мети?
- Чи спрямована ця організація у всіх своїх ланках на ринок і чи може вона в умовах ринку діяти й реагувати по-новаторському, гнучко, оперативно, ефективно?
- Чи відчуває себе видавництво, а відтак усі, хто там працює, підприємством, спрямованим на обслуговування потреб своєї клієнтури?
- Чи забезпечує внутрішня координаційна структура швидке проходження інформації, чи сприяє вона ухваленню швидких і небюрократичних вирішень (наприклад, завдяки взаємодії елементів одного ієрархічного рівня)?

- Чи доповнюють і підтримують один одного різні відділи видавництва, аби досягати спільної мети?

- Чи діють усі відділи злагоджено, без тертя, чи, навпаки, через суперництво сили витрачаються марно?

- Чи зацікавлені й заохочені співробітники у своїй діяльності, чи мають вони необхідні приміщення, чи місце їхньої роботи устатковане оптимально?

Підприємство, котре не ставить перед собою повсякчас таких запитань і не робить у разі потреби необхідних висновків, швидко втрачає здатність маневрувати, здійснювати свої плани, а кінець кінцем, досягати ринкового успіху.

Типи сучасних видавництв та їх систем:

- форма власності (державне, комунальне, приватне, колективне);
- форма об'єднання майна засновників (акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю тощо);

- спосіб формування статутного фонду (унітарні, корпоративні);
- економічна природа господарювання (комерційні, некомерційні);
- обсяг випущеної продукції (великі, середні, малі);
- тематичний репертуар видань (вузькоспеціалізовані, специфічної тематики, універсальні);

- читацьке коло (для дітей, для школярів, для молоді);
- знаковий принцип творення видань (текстові, електронні, нотні, картографічні, мистецькі);

- структурна підпорядкованість (самостійні видавництва, філії, представництва, видавничі підрозділи).

Розглянемо детальніше ***види видавництв залежно від тематичного репертуару видань*** (вузькоспеціалізовані, специфічної тематики, універсальні або широкого профілю).

Ці типи видавництв відрізняються один від одного специфікою адресатів своєї продукції, а відтак характером спрямованості на читача і ступенем залежності від торгівлі.

Вузькоспеціалізоване видавництво працює для однієї гомогенної читацької групи, що, як правило, може бути точно визначена за її професійним інтересом до конкретного виду фахової літератури. Завдяки контактам видавництва з цією групою й перехресним зв'язкам у самій групі можна точно з'ясувати її потреби.

Книжки вузькоспеціалізованих видавництв вирізняються тим, що вони дуже потрібні читачеві, і тому він не надто чутливо реагує на їхню ціну. Такі книжки читачі замовляють безпосередньо внаслідок прямого маркетингу, причому при розповсюдженні майже немає втрат, дізнаючись про них завдяки оголошенням та рецензіям у фахових журналах, присутності представників видавництв на конгресах і з'їздах фахівців, а також через нечисленні спеціалізовані книгарні фахової літератури.

Переважає пряма реалізація. Торгівля відіграє якусь варту згадки роль тільки для тих вузькоспеціалізованих видавництв, чие коло читачів

вирізняється тісними зв'язками з книжковою торгівлею (наприклад, у царині університетської науки).

Видавництва зі специфічною тематикою також можуть точно визначити потенційних покупців своєї продукції, знають їхні потреби і належно обслуговують їх. На відміну від вузькоспеціалізованого видавництва, таке видавництво звертається до гетерогенного читацького кола, яке визначається своїми потребами, інтересами чи належністю, скажімо, до певних релігійних, культурних або суспільних угруповань.

Типові ділянки ринку для видавництв специфічної тематики — це так звані хобі, заповнення дозвілля, мистецтво, туризм, релігія. Частину покупців видавництво може принадити до себе через спеціальні журнали або прямий продаж. Але для повного використання свого ринкового потенціалу таке видавництво має бути широко репрезентоване в торгівлі.

По-перше — тому, що до великої частини своїх покупців воно може дійти лише таким шляхом, а по-друге — тому, що його продукція не унікальна і її можна замінити продукцією безпосередніх конкурентів (наприклад, кулінарні книжки, путівники). До того ж покупець часто заходить у книгарню лише для придбання якої-небудь книжки на дану тему; тоді йому продають те, що є в наявності. Через це видавництва специфічної тематики дуже залежать від торгівлі.

Те саме слушне і щодо чутливості покупців до цін на книжки видавництва специфічної тематики: чим вища його компетентність для даного специфічного контингенту покупців, чим корисніші його книжки для споживачів, чим точніше профільованою і важче замінною є його продукція, тим вищі можуть бути ціни, які можна одержати за неї на ринку.

Повністю залежить від прийнятності для торгівлі програма **видавництва широкого профілю**. У маркетинговій активності видавництва широкого профілю роздрібний маркетинг посідає найважливішу позицію. Лише та книжка може мати успіх, яка наявна в торгівлі всюди, а крім того, її всюди видно: на прилавку, у вітрині. Завдяки добрій викладці, люб'язній допомозі продавців та інтенсивній інформаційній політиці видавництво широкого профілю забезпечує собі підтримку з боку торгівлі. Зате воно гарантує книжковій торгівлі збут завдяки вміщенню відомостей про авторів та їхні книжки у всіх засобах інформації (реклама, робота з пресою і серед громадськості).

Видавництво широкого профілю вирізняється, з одного боку, великими витратами коштів на розповсюдження, а з другого — великими витратами, пов'язаними з маркетингом, з високою чутливістю покупця до цін та з залежністю від торгівлі.

2. Порядок створення видавництва

З економічної точки зору видавнича справа є однією із форм підприємницької діяльності, а видавництво — це те саме підприємство. Це означає, що початківцю не обійтися без ретельного вивчення тих законодавчих актів, які встановлюють правила відкриття, реєстрації і ліквідації суб'єктів

підприємницької діяльності. Нормативно-правова база видавничої справи була охарактеризована у лекції 1.

Наступним кроком після ретельного вивчення нормативно-правової бази стане **розробка установчих документів**. Згідно з Господарським кодексом України, установчими документами суб'єкта господарювання є:

1. Рішення про створення (для індивідуальних підприємств) або засновницький договір (для товариства).

2. Статут (положення).

Структуру статуту доцільно вибудовувати з таких основних розділів:

- 1) Загальні положення;
- 2) Предмет діяльності;
- 3) Зовнішньоекономічна діяльність (якщо така передбачається);
- 4) Господарська діяльність;
- 5) Майно та статутний фонд;
- 6) Управління підприємством;
- 7) Припинення діяльності і реорганізація.

Працюючи над Статутом, варто потурбуватися водночас і про юридичну адресу майбутнього видавництва. Юридична адреса – це адреса органу або особи, за якою здійснюється зв'язок із суб'єктом підприємницької діяльності.

Порядок реєстрації видавництва

1) Створення видавництва, як і створення будь-якого підприємства, слід розпочати з **державної реєстрації юридичної особи чи фізичної особи – підприємця**. Державна реєстрація юридичних осіб проводиться державним реєстратором за місцезнаходженням юридичної особи (стаття 5 Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців").

Після отримання витягу з Єдиного державного реєстру юридичних та фізичних осіб – підприємців, можна переходити до наступного кроку реєстрації видавництва.

2) Відповідно до вимог статті 12 Закону України «Про видавничу справу», з метою обліку суб'єктів видавничої справи в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, уповноваженим органом ведеться **Державний реєстр видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції** (далі - Державний реєстр).

Суб'єкти господарювання провадять діяльність у видавничій справі після внесення їх до Державного реєстру на підставі свідоцтва про внесення суб'єкта господарювання до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції (далі – свідоцтво).

Видача свідоцтва або прийняття рішення про відмову в його видачі, переоформлення, видача дубліката та анулювання свідоцтва здійснюються уповноваженим органом **протягом 30 календарних днів**.

Діяльність у видавничій справі без внесення до Державного реєстру провадять:

- органи законодавчої, виконавчої, судової влади - для випуску офіційних видань з матеріалами законодавчого та іншого нормативно-правового характеру, бюлетенів судової практики;

- підприємства, установи, організації, навчальні заклади, наукові установи, творчі спілки, інші юридичні особи - для випуску і безоплатного поширення інформаційних (бібліографічних, реферативних, оглядових), рекламних видань про свою діяльність; видань, що містять нормативні акти з виробничо-практичних питань таких підприємств, установ та організацій; службових та методичних матеріалів, документів для потреб їхньої статутної діяльності, а також матеріалів на правах рукопису, розмножених за допомогою технічних засобів.

Державний реєстр видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції – електронна база даних, яка містить інформацію про суб'єктів видавничої справи, що провадять свою діяльність на території України.

Для внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції слід подати заяву до Держкомтелерадіо, а також нотаріально засвідчені копії установчих документів юридичної особи.

Ст. 13 Закону України «Про видавничу справу» визначає, що заява про внесення суб'єкта господарювання до Державного реєстру подається до уповноваженого органу на основі витягу з Єдиного державного реєстру юридичних та фізичних осіб – підприємців, і має містити таку інформацію про суб'єкта господарювання:

для фізичної особи - підприємця:

прізвище, ім'я, по батькові;

вид (види) діяльності у видавничій справі;

паспортні дані;

місце проживання;

номери засобів зв'язку;

для юридичної особи:

повне та скорочене найменування;

відомості про засновника (співзасновників) суб'єкта господарювання (прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані (для фізичної особи), повне найменування (для юридичної особи), місцезнаходження (місце проживання), номери засобів зв'язку;

вид (види) діяльності у видавничій справі;

місцезнаходження;

номери засобів зв'язку.

Заява складається державною мовою, підписується керівником суб'єкта господарювання (чи уповноваженою ним особою).

Відповідно до Порядку ведення Державного реєстру після прийняття рішення про видачу свідоцтва про внесення суб'єкта господарювання до

Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції (далі - свідоцтво) до Державного реєстру вносяться такі відомості:

- 1) порядковий номер та дата запису;
- 2) серія, номер та дата видачі свідоцтва;
- 3) статус суб'єкта видавничої справи (фізична/юридична особа);
- 4) найменування суб'єкта видавничої справи:
прізвище, ім'я, по батькові (для фізичної особи - підприємця);
повне та скорочене найменування (для юридичної особи);
вид (види) діяльності у видавничій справі;
місцезнаходження (місце проживання);
номери засобів зв'язку;
- 5) засновник (співзасновники) суб'єкта господарювання:
прізвище, ім'я, по батькові (для фізичної особи - підприємця);
повне найменування (для юридичних осіб).

Відомості, що містяться в Державному реєстрі, систематично та оперативно оприлюднюються на офіційному веб-сайті Держкомтелерадіо. Періодичність оновлення відомостей в Державному реєстрі становить раз на місяць.

Держкомтелерадіо в межах своїх повноважень здійснює комплекс програмних, технологічних та організаційних заходів щодо забезпечення захисту інформації, яка міститься у Державному реєстрі, від несанкціонованого доступу.

До оформлення документів, що подаються на державну реєстрацію, законом передбачено кілька вимог. Виділимо дві найголовніші.

- 1) Усі документи, повинні бути складені державною мовою.
- 2) Підписи засновників (учасників) на установчих документах повинні бути нотаріально засвідчені.

Підстави, на основі яких може бути відмовлено в реєстрації видавництва:

- розбіжність відомостей, викладених у реєстраційній картці та в поданих документах;
- порушення порядку створення юридичної особи (скажімо, наявність обмежень на зайняття відповідних посад, встановлених законом щодо осіб, які зазначені в поданих документах як керівники);
- наявність в Єдиному державному реєстрі найменування, тотожного найменуванню юридичної особи, що має намір зареєструватися;
- використання у найменуванні повного чи скороченого найменування органу державної влади або органу місцевого самоврядування, або похідних від цих назв, або історичного державного найменування.

Відмова у проведенні держреєстрації на інших підставах законом не допускається.

І, нарешті, залишається ***виготовлення печатки***. Видачею дозволу на це займаються спеціальні дозвільні підрозділи органів внутрішніх справ у кожному районі. До цієї інстанції необхідно подати:

- заяву;

- нотаріально завірену копію оригіналу свідоцтва про державну реєстрацію;
- витяг із Статуту (пункт, в якому йдеться про печатку і кутовий штамп);
- довідку з банку про відкриття рахунка;
- ескізи печатки і кутового штампа (у двох примірниках), затверджені директором.

Для державної реєстрації друкованого засобу масової інформації подається заява, в якій мають бути вказані:

- засновник (співзасновник) видання;
- вид видання (газета, журнал, збірник, бюлетень, альманах, календар, дайджест);
- статус видання (вітчизняне, спільне);
- назва та мова видання;
- сфера розповсюдження (місцева, регіональна, загальнодержавна, зарубіжна);
- категорія читачів (усе населення, дорослі, молодь, чоловіки, жінки, інваліди, студенти, працівники певної галузі, науковці, педагоги, пенсіонери та ін.);
- програмні цілі або тематична спрямованість;
- передбачувані періодичність випуску, обсяг (в умовних друкарських аркушах) і формат видання;
- юридична адреса засновника, кожного із співзасновників та його (їх) реквізити;
- місцезнаходження редакції;
- вид видання за цільовим призначенням.

3. Типові організаційні структури видавництв

Структура будь-якого видавництва чи видавничого підрозділу залежить від цілого ряду чинників — програмних цілей, обсягу діяльності, ринкової кон'юнктури. Але найперше — від типу, до якого видавництво відноситься.

Віднайшовши у поданій вище типологічній характеристиці «мірки» для себе, які можуть «накладатися» на заявлені в Статуті програмні положення, і з'ясувавши головні критерії й параметри розробленої власної програми, видавець на початку діяльності стоїть перед проблемою формування найоптимальнішої структури свого видавництва.

На сьогодні це доволі непросто, адже в ринкових умовах обов'язкової, кимось затвердженої згори, форми такої структури фактично не існує. Однак вона існувала в колишні радянські часи. Нею користуються й досі, щоправда у зміненому варіанті, окремі видавництва передусім державної форми власності. Нині найпоширенішими є два види організаційних структур: бюрократична й адаптивна.

Традиційна бюрократична організаційна структура видавництва зображена на рисунку 5.1.

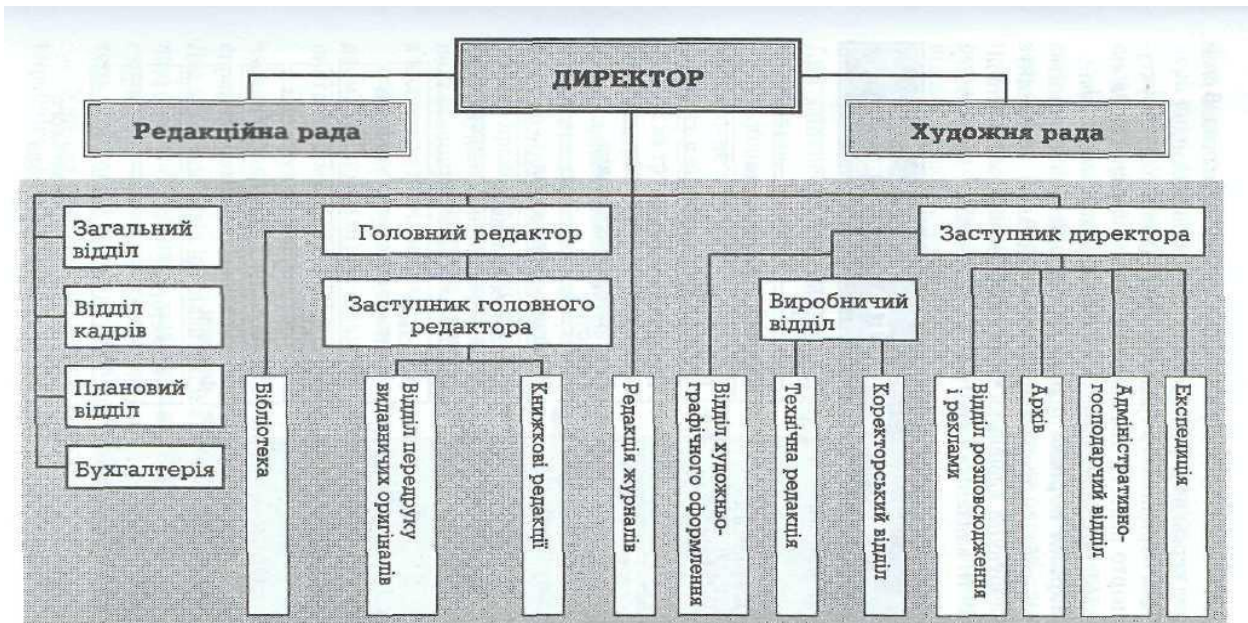


Рисунок 5.1

Для порівняння з традиційною структурою варто навести два варіанти класичної структури видавництва західноєвропейського та американського типів (рисунки 5.2-5.3).

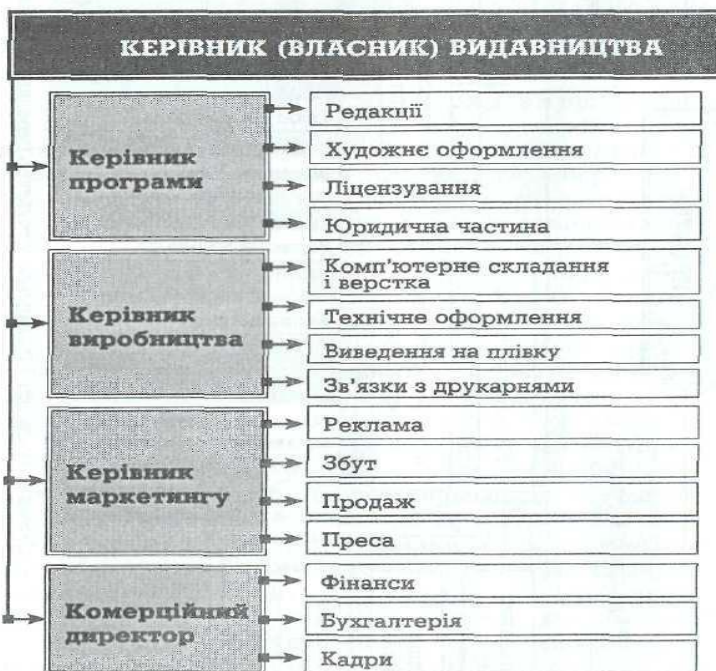


Рисунок 5.2 – Організаційна структура західноєвропейського видавництва, власником якого є одна особа

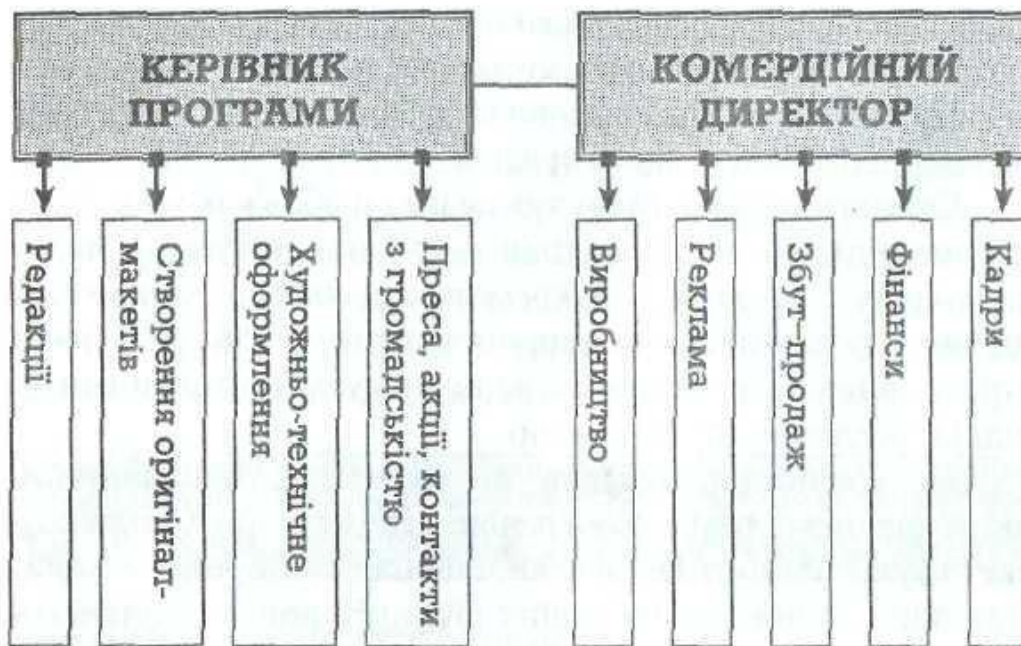


Рисунок 5.3 – Організаційна структура видавництва американського типу, побудованого за принципом менеджменту

Таким чином, бачимо, що адаптивні організаційні структури характеризуються такими характерними ознаками:

орієнтацією на оперативну реалізацію комплексних проектів, програм і рішення складних проблем;

здатністю відносно легко і безболісно змінювати свою форму, а також швидко пристосовуватися до мінливого зовнішнього середовища;

невисоким рівнем бюрократизації управлінських процедур;

високим рівнем свідомості й відповідальності виконавців за принципом мотивації, а не адміністративного тиску.

Питання для самоконтролю

1. Які види видавництв Ви знаєте? Охарактеризуйте.
2. Які Ви можете назвати маркетингові особливості діяльності видавництв різного типу та фактори впливу на них.
3. Опишіть порядок створення видавництва.
4. Охарактеризуйте документальне забезпечення реєстрації видавництва.
5. Які організаційні структури видавництв Ви знаєте?
6. Проведіть паралель між видами видавництв та їх організаційними структурами.

Список рекомендованої літератури

1. Закон України «Про видавничу справу» / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=318/97-%E2%F0&print=1> (дата звернення: 15.11.2017).

2. Порядок ведення Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції: затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 10 березня 2017 р. № 135. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/135-2017-%D0%BF> (дата звернення: 15.11.2017).

3. Порядок створення видавництва. URL: <https://studfiles.net/preview/5264486/page:7/> (дата звернення: 15.11.2017).

ЗМ2 Використання комп'ютерних технологій у видавничій справі

Лекція 6

Тема: Огляд видавничих систем. Поняття та характеристика настільних видавничих систем

План:

1. Поняття настільних видавничих систем (НВС)
2. Функції НВС
3. Порівняльна характеристика НВС
4. Комп'ютерні публікації

Виклад навчального матеріалу

1. Поняття настільних видавничих систем

Настільні видавничі системи (англ. *desktop publishing*) - комп'ютерне обладнання і програми для набору і верстки текстів (також ілюстрованих матеріалів) поза друкарнею.

Використовуючи термін «комп'ютерна верстка» мають на увазі не лише створення макету сторінки (page layout) для книг та журналів, цей термін застосовується і до створення макетів рекламних оголошень, упаковки, дизайну виставкових стендів, роздаткових матеріалів тощо.

Загалом, настільні видавничі системи потребують:

- а) високоякісного графічного програмного забезпечення;
- б) використання маніпулятора «миша», що полегшує маніпуляції з текстом і графікою на сторінці;
- в) високоякісного виводу (наприклад, на лазерний принтер).

Настільні видавничі системи використовуються для підготовки книг, альбомів, журналів, газет до публікації. Як правило, попередня підготовка таких документів проводиться з використанням текстових процесорів. Настільні видавничі системи призначені для реалізації різних поліграфічних ефектів, дозволяють легко маніпулювати текстом, змінювати формати сторінок, розміри відступів, дають можливість комбінувати різні шрифти, формувати вигляд як окремих сторінок, так і всього документа. За функціональними характеристиками та можливостями настільні видавничі системи аналогічні кращим текстовим процесорам. Так, обидва типи програмних продуктів дозволяють розміщувати на одній сторінці текст і ілюстрації, формувати текст в декілька колонок, редагувати текст, маніпулювати блоками тексту.

Але настільні видавничі системи відрізняються принаймні за двома ознаками:

- по-перше, ширшими можливостями управління підготовкою тексту;
- по-друге, підготовлені ними матеріали мають значно вищий рівень якості.

Програмні продукти класу desktop publishing умовно можна розділити на дві підгрупи:

- настільні видавництва професійного рівня;
- настільні видавництва початкового рівня.

Продукти першої підгрупи призначені для роботи над виданням документів зі складною структурою або типу ілюстрованих журналів. До систем професійного рівня можна віднести QuarkXPress for Windows, Frame Maker for Windows, Page Maker for Windows. Однак, освоєння дорогих і складних в експлуатації «настільних типографій» вимагає значного часу. Тому їх недоцільно використовувати тим спеціалістам, яким потрібно тільки інколи швидко і красиво підготувати документацію, лист або оголошення.

Продукти другої підгрупи переважно не призначені для підготовки поліграфічної продукції. Всі пакети даної категорії орієнтовані на початківця і користувача, який лише зрідка займається підготовкою документів. Найпоширенішими в цій підгрупі є пакети Microsoft Publisher, Pageplus for Windows.

2. Функції НВС

В організації настільну видавничу систему можна використовувати з різними цілями, наприклад:

- а) для підготовки управлінських звітів з малюнками і діаграмами, сприяючими кращому сприйняттю інформації;
- б) для підготовки зовнішньої документації, такої як: прес-релізи; буклети; рекламні проспекти; річний звіт;
- в) для випуску фірмового журналу або збірки;
- г) для розробки стандартної виробничої документації (наприклад, бланків замовлень).

Можна виділити **три основних рівні**, наявність і відповідність яких один одному забезпечує надійне функціонування НВС:

Апаратний рівень (hardware level) – це сукупність пристроїв, з допомогою яких відбуваються введення, обробка, зберігання, передача і вивід інформації.

Програмний рівень (software level) – це сукупність інформаційних елементів (програм та їх команд), за допомогою яких відбувається управління як текстовою та графічною інформацією, так і апаратним обладнанням.

Користувальницький рівень ("Brainware" level) – сукупність творчих індивідуумів, висококласних фахівців і звичайних користувачів, які інтегрують свій творчий потенціал, а також апаратний і програмний рівні для створення видань.

Апаратний рівень, у свою чергу, складається з наступних компонентів:

- пристрої введення інформації (input devices), які забезпечують перетворення будь-яких видів інформації на найрізноманітніших носіях у цифрову форму, що створює умови для її подальшої комп'ютерної обробки;
- пристроїв обробки, зберігання та передачі інформації (process, storage and transfer devices), які є ядром апаратного рівня;
- пристроїв виведення інформації (output devices), які забезпечують "повернення" цифрової інформації у форму, зрозумілу і доступну людині.

Програмний рівень. Сам по собі комп'ютер, навіть в найповнішій комплектації, не виконує ніяких дій і не володіє знаннями ні в одній сфері свого застосування. Всі дії визначаються програмами і всі «знання» також зосереджені в програмах.

Програмний рівень (Software) настільних видавничих систем характеризується бурхливим розвитком, хоча деякі програмні додатки (application) існують вже добрий десяток років. Для дизайнерів і фахівців, що займаються образотворчими видами інформації, можна виділити наступні основні класи програмного забезпечення:

- програми піксельної графіки;
- програми векторної графіки;
- програми верстки;
- програми тривимірної графіки.

Крім цього, може виявитися затребуваною велика сукупність додаткового, допоміжного програмного забезпечення, починаючи з самої операційної системи і закінчуючи різноманітними дрібними утилітами і плагінами (plug-in). До допоміжної категорії відносяться програми для роботи зі шрифтами, переглядачі (viewer), перетворювачі форматів файлів (конвертери), браузері, архіватори та багато іншого.

Програмне забезпечення НВС повинно виконувати такі функції:

- а) забезпечувати, наскільки це можливо, простоту і легкість роботи;
- б) бути добре документованим (видавнича справа і поліграфія рясніють спеціальними технічними термінами);
- в) працювати в режимі WYSIWYG, тобто сторінка на екрані повинна мати якісно той же вигляд, якого вона набере, будучи роздрукованою на принтері;
- г) підтримувати Postscript. Postscript — це мова програмування та мова розмітки сторінок, в основному використовується у видавничих системах, яка дає можливість користувачам працювати з безліччю різних пристроїв друку, таких як монохромні та кольорові лазерні принтери (для перевірки структури сторінок і їх вмісту) і спеціальні друкарські машини для друку кінцевої продукції. Іншими словами, це мова програмування, що містить команди принтеру (такі принтери називаються PostScript-принтерами), і призначена для друку графіки і тексту. Створена фірмою Adobe. Важлива мета — незалежність від пристрою;
- д) підтримувати можливості імпортування тексту і малюнків з самих різних текстових процесорів і графічних пакетів;

Користувальницький рівень – це ми з вами. На цьому рівні немає ніяких технічних умов і параметрів, а є тільки вимоги професійної підготовки людини.

3. Порівняльна характеристика НВС

Сьогодні існує значна кількість НВС. Розглянемо основні їхні характеристики у таблиці 6.1.

Таблиця 6.1

Видавничі системи	Розробник	Перший реліз	Вартість
CorelDRAW	Corel	1989	\$499
Fatpaint	Mersica Inc.	2010	\$0
FrameMaker	Adobe Systems	1986	\$999
InDesign	Adobe Systems	1999	\$699
Inkscape	The Inkscape Team	2003	\$0
InPage	InPage Team	1994	\$349
iStudio Publisher	c:four	2009	\$45
LyX	The LyX Team	1995	\$0
Microsoft Publisher	Microsoft Corporation	1991	\$140
OpenOffice.org	Apache Software Foundation та ін.	2002	\$0
LibreOffice	The Document Foundation	2011	\$0
PageMaker	Adobe Systems	1985	\$499
PagePlus	Serif Europe	1991	\$99
Pages	Apple Inc.	2005	\$79 як частина iWork
PageStream	Grasshopper LLC	1986	\$99
QuarkXPress	Quark, Inc.	1987	\$799
RagTime	RagTime GmbH	1984	\$932
Ready,Set,Go!	Diwan Software Limited	1985	\$175
Scribus	The Scribus Team	2003	\$0
The Print Shop	Brøderbund	1984	\$49
Ventura	Corel	1986	\$699

4. Створення комп'ютерних публікацій

НВС дозволяють підготовлювати як друковані видання, так і електронні публікації для поширення в електронному вигляді в форматах .PDF і .HTML.

Публікація – набуття гласності якої-небудь інформації. Цим же словом називають єдину за формою й змістом роботу, підготовлену до публікації (опубліковану). У свою чергу, комп'ютерна публікація - в перекладі набуття гласності якої-небудь інформації в Інтернеті або комп'ютерних виданнях.

На сьогодні більшість публікацій створюють, редагують і форматують, використовуючи комп'ютерні програми, зокрема, текстові редактори та процесори. В такому випадку вживають термін комп'ютерна публікація.

Електронними публікаціями називають розповсюдження відомостей за допомогою електронних носіїв, таких як диски чи флеш-пам'ять, або за допомогою Інтернету.

Електронні видання - електронний документ (кінцевий продукт), що пройшов редакторсько-видавничу обробку, призначений для розповсюдження.

Є багато середовищ для створення комп'ютерних публікацій, а також багато мов програмування для створення та редагування публікацій.

WEB- публікації - це важливий інструмент зв'язку для забезпечення співпраці підприємства. Це означає, що член команди може створювати проектне повідомлення безпосередньо на Інtranеті (електронний WEB сервер).

Створення електронної публікації з допомогою Microsoft Publisher зображено на рисунку 6.1.

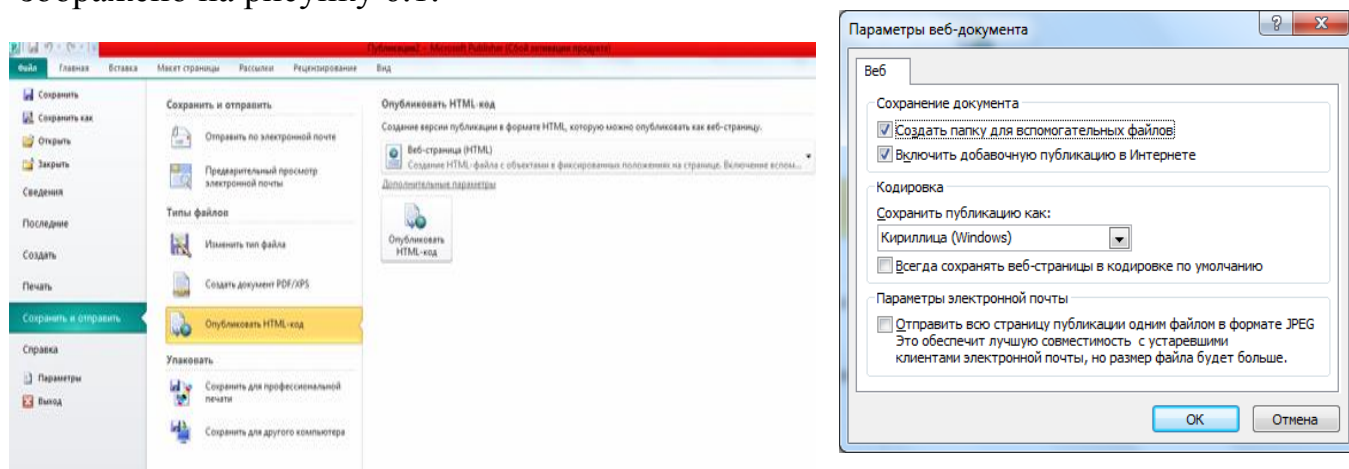


Рисунок 6.1

Питання для самоконтролю

1. Що таке настільна видавнича система?
2. Порівняйте й охарактеризуйте групи НВС. Наведіть приклади.
3. Які функції може виконувати НВС в організації?
4. Які існують рівні НВС?
5. Які є вимоги до програмного рівня НВС?
6. Які найпопулярніші НВС в Україні?
7. Опишіть процес створення комп'ютерних публікацій з допомогою НВС.

Список рекомендованої літератури

1. Лекція 1. Вступ. Настільні видавничі системи. URL: <http://college.tim.ua/upload/userfiles/1/1-vstup.pdf> (дата звернення 15.12.2017).
2. Лекція 9. Створення та опрацювання комп'ютерних публікацій. URL: http://ito.vspu.net/ENK/2016-2017/informatika2016_1/zmist/navch_mat/Lek_5_mod_2.htm (дата звернення 15.12.2017).
3. Поняття про настільні видавничі системи. URL: https://pidruchniki.com/1838110761385/informatika/ponyattya_pro_nastilni_vidavni_chi_sistemi (дата звернення 15.12.2017).
4. Шелестова А. Настільна видавнича система Scribus: порівняльний аналіз функціональних можливостей для застосування у навчальному процесі ВНЗ. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/41995/2/2017n879_Shelestova_A-Desktop_publishing_Scribus_129-137.pdf (дата звернення 15.12.2017).

Лекція 7

Тема: Використання комп'ютерної графіки у видавничій справі. Можливості роботи з графічними об'єктами в Adobe Photoshop.

План:

1. Види комп'ютерної графіки
2. Колірні моделі та відповідні їх колірні режими Adobe Photoshop.
3. Розмір і роздільна здатність зображення.

Виклад навчального матеріалу

1. Види комп'ютерної графіки

Комп'ютерна графіка – це наукова дисципліна, що розробляє технології створення, обробки та візуалізації графічної інформації засобами обчислювальної техніки. Вона охоплює всі види і форми представлення зображень, які сприймає людина чи на екрані монітора, чи у вигляді копії на зовнішньому носії (папері, плівці, тканині тощо).

Сьогодні візуалізація даних знаходить застосування в найрізноманітніших сферах людської діяльності, як то медицина (комп'ютерна томографія), наукові дослідження (візуалізація будови речовини, векторних полів тощо), моделювання тканин і одягу, дослідно-конструкторські роботи, розробка і дизайн архітектурних проектів.

За способом створення зображень комп'ютерну графіку поділяють на **растрову і векторну**. Окремо виділяють **фрактальну** графіку, що базується на спеціальних математичних обчисленнях, і **трьохвимірну** графіку, що вивчає методи побудови об'ємних моделей об'єктів у віртуальному просторі.

За призначенням комп'ютерну графіку поділяють на **інженерну** графіку, до якої належать викреслюючі програми для створення креслень, карт, ескізів тощо, наприклад, САПР AutoCAD, ArchiCAD; **художню графіку**, до якої належать програми малювання для створення і редагування найрізноманітніших зображень, наприклад, графічні редактори Paint, Photoshop, Corel DRAW тощо; **ділову графіку**, до якої належать програми, що забезпечують візуалізацію числових (економічних, фінансових, статистичних, фізичних тощо) даних у вигляді діаграм і графіків. Зараз стрімкими темпами розвиваються відносно нові розділи комп'ютерної графіки такі як **Web-графіка, комп'ютерна поліграфія і комп'ютерна анімація**.

У **растровій** графіці зображення складається з різнокольорових точок – пікселів (від англійських слів picture element – елемент зображення), які в сукупності і формують малюнок. Растрове зображення являє собою сітку – растр (ніби аркуш в клітинку), в якій кожна клітинка зафарбована якимнебудь кольором. Через те, що точки растру дуже маленькі, людське око не розрізняє їх, а сприймає картинку в цілому. Растрове зображення характеризується розмірами малюнка, тобто кількістю точок по горизонталі і вертикалі. При цьому, піксель сам собою не має розміру, а геометрична величина малюнка залежить від роздільної здатності, тобто кількості пікселів на одиницю довжини чи ширини. Як правило, роздільна здатність вимірюється в точках на дюйм – dpi (dots per inch). У цифровій формі кожна точка представлена єдиним параметром – кольором. Тому редагування зображення полягає в зміні кольорів його окремих пікселів.

У **векторній** графіці зображення будується за допомогою математичного опису об'єктів, таких, наприклад, як лінія, коло, прямокутник. З їх допомогою створюються складніші об'єкти. До переваг векторної графіки належить те, що векторні графічні файли в десятки разів менші за обсягом, ніж аналогічні растрові малюнки; в векторній графіці легко редагувати окремі об'єкти, не “зачіпаючи” інші. Недоліком векторної графіки можна вважати деяку “неприродність” малюнка, оскільки не всякий малюнок можна сконструювати з дуг і відрізків прямих ліній без втрати якості. Через це векторну графіку використовують, в основному, для побудови креслень, ескізів, планів тощо. Якщо в растровій графіці базовим елементом є точка (піксель), то в векторній – лінія. Лінія має ряд властивостей – форму (пряма, крива), товщину, колір, накреслення (суцільна, пунктирна, штрих-пунктирна тощо). З замкнуті лінії мають ще одну властивість – заповнення. Незамкнута лінія обмежена двома точками, що називаються вузлами. Властивості вузлів визначають форму кінця лінії (стрілка, маркер, точка) і характер з'єднання її з іншими об'єктами (округлення, злам, дотик, перетин).

Фрактальна графіка також базується на математичних обчисленнях. Але на відміну від векторної, зображення будується не за допомогою графічних примітивів, а на основі спеціальних математичних формул – фракталів (“fractus” – той, що складається з фрагментів). Основною властивістю фракталів є самоподібність, тобто будь-який фрагмент фракталу тим чи іншим чином відтворює його глобальну структуру. За допомогою фрактальних зображень імітують природні чи космічні ландшафти, трьохвимірні об'єкти.

Трьохвимірна (3D) графіка, як правило, поєднує векторний і растровий 4 способи формування зображень і використовується для комп'ютерного моделювання реальних об'єктів, наприклад, при інженерному проектуванні чи комп'ютерній анімації. Типова схема просторового моделювання: – проектується і створюється віртуальний каркас (скелет) об'єкта; – проектується і створюються віртуальні матеріали (текстури), які візуально схожі на реальні; – віртуальні матеріали накладаються на різні частини об'єкта; – настроюються фізичні параметри простору: освітлення, гравітація.

У видавничій справі найчастіше використовується векторна та растрова графіка. Порівняння зображень, виконаних з використанням зазначених видів графіки, подане у таблиці 7.1.

Таблиця 7.1

Векторні зображення	Растрові зображення
Складаються з об'єктів, описаних математично	Складаються з масивів пікселів
Менші обсяги файлів. Обсяг залежить не від розміру зображення, а від кількості об'єктів у ньому	Більші обсяги файлів. Обсяг залежить від розміру зображення
Можна збільшувати без погіршення якості	У разі збільшення зображення якість погіршується
Не дають змогу точно передати перехід від одного кольору до іншого	Дають змогу отримати зображення фотографічної якості
Застосовують для зберігання креслень, ділової графіки (схем, діаграм), шрифтів, рисунків з чіткими контурами	Застосовують для зберігання фотографій, творів живопису, зображень елементів інтерфейсу

2. Колірні моделі та відповідні їх колірні режими Adobe Photoshop

Колірні моделі – це спосіб опису кольору за допомогою кількісних характеристик. Існують 3 основні колірні моделі:

- адитивна;
- субтрактивна;
- перцепційна.

Адитивні основні кольори – це три кольори світла (**червоний, зелений та синій**). Усі кольори видимого спектру утворюються при змішуванні цих основних кольорів у різних пропорціях.

Якщо змішати рівні частини червоного, синього та зеленого світла, утвориться **білий** колір.

Відсутність червоного, синього та зеленого світла дає чорний колір. Монітори комп'ютерів – це пристрої, які використовують адитивні основні кольори для утворення кольорів.

Субтрактивні основні кольори – це пігменти поглинання, змішуючи які у різних комбінаціях, можна отримати всі кольори спектру. На відміну від моніторів, принтери працюють із субтрактивними основними кольорами (**блакитним, пурпуровим, жовтим та чорним**), створюючи кольори шляхом субтрактивного змішування. Термін «субтрактивні» використовується тому, що основні кольори залишаються чистими до змішування один з одним, а отримані внаслідок змішування кольори є менш чистими варіантами основних. Наприклад, помаранчевий колір є похідним від субтрактивного змішування пурпурового та жовтого.

Можна використовувати **колірне коло**, щоб передбачати, як зміна одного компонента кольору вплине на інші кольори, а також, як ці зміни передадуться між колірними моделями RGB та CMYK.

Наприклад, для того, щоб зменшити кількість певного кольору в зображенні, у колірному колі, слід збільшити кількість протилежного кольору, і навпаки.

Кольори, що знаходяться протилежно один до одного на стандартному колірному колі, називаються **додатковими**. Аналогічно можна збільшувати або зменшувати обсяг кольору шляхом регулювання двох суміжних кольорів у колі.

Приклад: щоб зменшити обсяг пурпурового на зображенні у режимі CMYK, слід зменшити кількість пурпурового або збільшити кількість зеленого кольору, що його доповнює (кольору, протилежного пурпуровому на колірному колі). Щоб зменшити кількість пурпурового на зображенні в режимі RGB, слід зменшити кількість червоного та синього, або додати зеленого. За допомогою всіх цих налаштувань утримується повний баланс кольору з меншою кількістю пурпурового.

В Adobe Photoshop колірний режим документа визначає, яку колірну модель застосовано для відображення та друку зображення, з яким ви працюєте.

Основні колірні режими:

1. Режим RGB (мільйони кольорів)
2. Режим CMYK (чотири кольори друку)

3. Індексний режим (256 кольорів)
4. Режим градацій сірого (256 відтінків сірого)
5. Бітовий режим (2 кольори)

Колірний режим або режим зображення визначає, як поєднуються кольори залежно від кількості каналів у колірній моделі. Різні колірні моделі забезпечують різні рівні деталізації кольору та різні **розміри файлів**. Наприклад, використовуйте колірний режим CMYK для зображень, що друкуватимуться в кольоровій брошурі, а режим RGB для зображень, що використовуватимуться на веб-сторінках чи в електронній пошті, щоб зменшити розмір файлу, не втрачаючи цілісності кольорів.

Колірний режим RGB

Використовується у пристроях, що працюють на принципі випромінювання (телевізор, монітор). Колірний режим RGB в Adobe Photoshop передбачає використання RGB-моделі, що призначає значення інтенсивності кожному пікселю. 8-бітові зображення мають діапазон значень інтенсивності від 0 (чорний) до 255 (білий) для кожного RGB-компонента (червоний, зелений, синій) кольорового зображення.

Якщо всі три компоненти матимуть рівне значення, наслідком буде відтінок помірною сірого. Якщо значення усіх компонентів дорівнюватимуть 255, результатом буде чистий білий колір, якщо значення дорівнюватимуть 0 – чистий чорний.

Для виведення на екран кольорів зображення в RGB-режимі використовуються три кольори (або *канали*). У 8-бітових зображеннях використовуються три канали, що передають до 24 бітів (3 канали по 8 бітів) колірної інформації на піксель. У 24-бітових зображеннях три канали можуть передати до 16,7 мільйонів кольорів на піксел.

Колірний режим CMYK

Використовується у пристроях, що працюють за принципом поглинання (віднімання) кольорів. У режимі CMYK кожному пікселю надається відсоткове значення для кожної з тріадних фарб. Найяскравішим кольорам (блік) надається невелике відсоткове значення тріадних фарб, темнішим кольорам (тінь) – більше відсоткове значення. Наприклад, яскравий червоний може містити 2% блакитного, 93% пурпурового, 90% жовтого та 0% чорного кольорів. У зображеннях CMYK чистий білий колір утворюється тоді, коли значення усіх чотирьох компонентів становить 0%.

Застосовуйте режим CMYK під час підготовки зображення до друку з використанням тріадних кольорів. Процес перетворення зображення RGB на CMYK називається *кольороподілом*. Якщо ви розпочнете роботу із зображенням у режимі RGB, оптимальним рішенням буде спочатку відредагувати його в RGB, а потім в кінці процесу перетворити на CMYK. У режимі RGB можна використовувати команди **Параметри кольоропроби**, щоб імітувати ефекти перетворення CMYK, не змінюючи дійсні дані зображення. Режим CMYK також можна використовувати для роботи безпосередньо зі CMYK-зображеннями, що були відскановані або імпортовані з систем високого

рівня. *Зображення СМΥΚ формуються на папері, зображення RGB формуються на екрані.*

Колірний режим Lab

Колірна модель системи CIE L*a*b* (Lab) базується на сприйнятті кольору людиною. Цифрові значення у Lab визначають усі кольори, які бачить людина з нормальним зором. Оскільки Lab радше описує вигляд кольору, ніж надає відомості щодо кількості певної фарбувальної речовини, необхідної пристрою (наприклад, монітору, настільному принтеру чи цифровій камері) для виводу кольору, Lab вважається *апаратно-незалежною* колірною моделлю. Системи керування кольором використовують Lab як посилання на колір для його надійного трансформування з одного колірного простору в інший.

Колірний режим Lab має компонент яскравості (L), що може змінюватися від 0 до 100. У палітрі кольорів Adobe та панелі «Колір» компонент *a* (вісь зелений-червоний) та компонент *b* (вісь синій-жовтий) може змінюватися від +127 до -128.

Режим градацій сірого

Режим градацій сірого застосовує у зображенні різні відтінки сірого. У 8-бітовому зображенні може міститися до 256 відтінків сірого. Кожен піксель зображення у градаціях сірого має діапазон значення яскравості від 0 (чорний) до 255 (білий). У 16- та 32-бітових зображеннях кількість відтінків набагато більша, ніж у 8-бітових зображеннях.

Бітовий режим

У бітовому режимі для відображення пікселів у зображенні використовується одне з двох значень кольорів (білий або чорний). Зображення в бітовому режимі називаються 1-бітовими растровими зображеннями, тому що їхня бітова глибина дорівнює 1.

Колірний режим «Індексовані кольори»

У режимі індексованих кольорів створюються 8-бітові файли зображень, що містять до 256 кольорів. Під час перетворення в індексований колір Photoshop складає *таблицю кольорів зображення (CLUT)*, в якій кольори зображення зберігаються та індексуються. Якщо наявного в початковому зображенні кольору в немає в таблиці, програма вибирає найближчий до нього колір або використовує *суміш кольорів*, щоб імітувати колір за допомогою доступних кольорів.

Хоча палітра кольорів обмежена, за допомогою індексованих кольорів можна зменшити розмір файлу і при цьому зберегти потрібну візуальну якість мультимедійних презентацій, веб-сторінок тощо. В цьому режимі доступне обмежене редагування. Для розширеного редагування слід перетворити зображення на певний час в RGB-режим.

3. Розмір і роздільна здатність зображення

Розміри у пікселях відповідають загальній кількості пікселів вздовж ширини або висоти зображення. Роздільна здатність – це рівень деталізації бітового зображення, вона вимірюється у пікселях на 1 дюйм (ppi). Чим більше пікселів на 1 дюйм, тим більша роздільна здатність. Як правило, зображення з вищою роздільною здатністю забезпечує кращу якість друку.

Якщо змінити роздільну здатність файлу, відповідно зміняться його ширина та висота, щоб зберегти об'єм даних незмінним.

Розмір файлу

Файловий розмір зображення представляє собою цифровий розмір файлу зображення, що вимірюється в кілобайтах (Кб), мегабайтах (Мб) або гігабайтах (Гб). Файловий розмір пропорційний розмірам зображення у пікселях. Зображення з більшою кількістю пікселів мають більшу чіткість при тому ж самому розмірі для друку, але вони займають більше дискового простору та їх редагування може бути більш повільним. Тому роздільна здатність стає компромісом між якістю зображення (збиранням усієї необхідної інформації) та розміром файлу.

Іншим фактором, що впливає на файловий розмір, є формат файлу. Через те, що у файлових форматах GIF, JPEG, PNG та TIFF застосовуються різні методи стиснення, розмір файлів з однаковими розмірами у пікселях може сильно відрізнятись. Подібним чином, бітова глибина кольору та кількість шарів та каналів у зображенні впливає на розмір файлу.

Формат BMP (BitMap) – це растровий формат, створений Microsoft, орієнтований на застосування в ОС Windows. Підтримує тільки зображення в моделі RGB із глибиною кольору до 24 біт.

Формат PCX – це один з перших растрових форматів, створений для програми PC Paintbrush.

Формат TIFF (Tagged Image File Format) створений спеціально для збереження сканованих зображень. Перевагою формату є підтримка практично будь-якого алгоритму стиснення.

Формат PSD (PhotoShop Document) – це власний формат програми Adobe Photoshop, підтримує всі можливості програми, зокрема, пошарову структуру зображення.

Формат CPT (Corel Photo Paint) призначений для збереження зображень, створених у програмі Corel Photo Paint. Він також підтримує пошарову структуру картинки, збереження в будь-якій колірній моделі та ін.

Формат JPEG (Joint Photographic Experts Group) уперше реалізував принцип стиснення зображень із втратами інформації. Він базується на видаленні з зображення того, що все одно погано сприймається людським оком. Ступінь стиснення плавно регулюється. Найбільш широко JPEG використовується при створенні зображень для електронного поширення через Інтернет.

Формат GIF (Graphics Interchange Format) створений спеціально для передачі растрових зображень у глобальних мережах. Підтримує тільки індексовані зображення. Цей формат дозволяє зберігати в одному файлі кілька індексованих зображень (майже як шари в Photoshop). Браузери здатні демонструвати всі ці зображення по черзі, одержуючи в результаті нескладну анімацію.

Формат PNG (Portable Network Graphics) призначений для передачі зображень в мережі.

Формат FPX (Flax Pix) створений для Internet і може зберігати зображення одночасно в декількох значеннях роздільної здатності. Це дозволяє роздруковувати зображення, що розміщені на Web-сторінках, які мають дуже низьку екранну роздільну здатність.

Формат EPS (Encapsulated PostScript) – це векторний формат, з яким можуть працювати всі сучасні програми ілюстрування. Зображення зберігається у двох копіях: основній (для друкування на PostScript принтерах) і додатковій (для відображення на екрані).

Формат PDF (Portable Document Format) – універсальний формат для електронного поширення документів, в яких можуть бути як ілюстрації (векторні і растрові), так і текст, причому з безліччю шрифтів і гіпертекстових посилань.

Формат CDR (Corel DRAW) є форматом програми векторної графіки Corel DRAW.

Формат WMF (Windows Meta-File) векторний формат, в який конвертуються зображення при перенесенні з програми в програму через буфер обміну Windows.

Роздільна здатність монітора

Роздільна здатність комп'ютера вимірюється у пікселях. Наприклад, якщо роздільна здатність монітора та розміри фотографії у пікселях мають однаковий розмір, фотографія заповнить екран при масштабі 100%.

Вигляд зображення на екрані залежить від декількох факторів – розміру зображення у пікселях, розміру монітора та параметру роздільної здатності монітора. У Photoshop екранне збільшення зображення змінюється таким чином, щоб було якомога легше працювати з зображеннями різних розмірів.

Роздільна здатність принтерів вимірюється в dpi – кількість точок на 1 дюйм (dot per inch). Як правило, що більше точок на дюйм, то вища якість друку.

Питання для самоконтролю

1. Як виникли і якими були перші графічні редактори? Які сучасні графічні редактори Ви знаєте?
2. Які види комп'ютерної графіки Ви знаєте? Охарактеризуйте та порівняйте кожен з них, виявивши особливості, переваги й недоліки.
3. Які існують формати графічних файлів?
4. Які колірні моделі Ви знаєте?
5. Які колірні режими в Adobe Photoshop відповідають основним колірним моделям?
6. Охарактеризуйте особливості використання комп'ютерної графіки у видавничій справі.

Список рекомендованої літератури

1. Комп'ютерна графіка. URL: <http://www.ndu.edu.ua/liceum/grafika.pdf> (дата звернення 12.12.2017).
2. Комп'ютерна графіка. Види комп'ютерної графіки. URL: https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/25937/mod_resource/content/1/%D0%9A%D1

%83%D1%80%D1%81%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf (дата звернення 12.12.2017).

3. Про колір у Photoshop. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/using/color.html> (дата звернення 12.12.2017).

Лекція 8

Тема: Використання настільної видавничої системи Adobe PageMaker у видавничій справі

План:

1. Основні терміни та визначення
2. Основи роботи в Adobe PageMaker

Виклад навчального матеріалу

1. Основні терміни та визначення

Текст, крім редагування, також потребує обробки у процесі підготовки видання. Тут вживаються такі основні терміни:

Гарнітура – набір, стиль шрифтів.

Кегель — висота площадки, на якій розміщуються літери разом із пробілами, які забезпечують при наборі прямий рядок, тому кегель не є висотою знаку (літери) в чистому вигляді.

Інтерліньяж – відстань між рядками; міжрядковий пробіл, відстань по вертикалі між двома базовими лініями рядків, міжрядковий інтервал. Вимірюється в пунктах і складається з кеглю шрифту і відстані між рядками. Деякі комп'ютерні програми використовують термін міжрядковий пробіл.

Кернінг — це розмір пробілу між парою символів. Кернінг — процес зміни розмірів міжбуквених пропусків (інтервалів) між сусідніми буквами для поліпшення зовнішнього вигляду і легкості читання тексту.

Цей параметр відповідає за індивідуальну роботу з кожною буквою і підбір її місцеположення залежно від вибраного шрифту, малюнка самої букви та її сусідніх букв, смислового навантаження слова і т. д. Значення кернінгу встановлюється у відсотках ширини пробілу. Більшість шрифтів мають регламентовані міжлітерні інтервали, так звані апроші. Але тим не менше, цей параметр потребує редагування. Зазвичай використовуються таблиці кернінгу, які є утилітами програм верстки. Кернінг буває додатнім, якщо пари букв віддаляються, та від'ємним, якщо зближуються.

Трекінг (від англ. tracking) — поліграфічний термін — відстань між буквами (міжбуквенний просвіт). Збільшення трекінгу (розрядка) робить набір більш розрідженим, світлим; зменшення — більш щільним та темним. Трекінг — ефективний засіб вгонки і вигонки рядків. Трекінг відповідає за дистанцію букв у цілих рядках, реченнях, абзацах. Оптимальним є значення трекінгу +/-25.

Висячий рядок - відірваний перший рядок параграфа, що залишився у кінці попередньої смуги або колонки набору або останній рядок параграфа, що потрапив у початок наступної полоси або колонки набору (початковий абзацний рядок, розташований у кінці смуги або кінцевий рядок абзацу,

розташований на початку смуги видання). У типографії вважається помилкою. За правилом верстки не допускається.

Капітель – літера, що має накреслення великої, але за розміром дорівнює малій

Виключка – вибір способу розташування рядків абзацу по горизонталі — застосовується до всього абзацу, незалежно від кількості виділених символів.

У програмі PageMaker передбачені п'ять видів виключки:

- Left (По лівому краю)

- Right (По правому краю)

- Center (По центру)

- Justify (По формату)

- Force Justify (Повна виключка) — усі рядки абзацу, включаючи останній (навіть якщо він містить усього кілька символів), розтягуються на всю ширину текстового блоку або текстового поля чи фрейма.

Фрейм може служити контейнерами для тексту або інших об'єктів. Фрейм може також виконувати функцію заповнювача місця - контейнера без вмісту. Виконуючи роль контейнерів і шаблонних елементів, фрейми є основними компоновальними блоками для макета документа.

Для електронних публікацій

Фрейм — окремий HTML-документ, який сам чи разом з іншими документами відображений у вікні веб-переглядача.

Фрейми поділяють вікно браузера на частини, в яких відображають зміст сторінок сайту. Кожній сторінці має відповідати свій html-файл. Кожна сторінка повинна мати логічний заголовок.

2. Основи роботи у програмі

Створення нової публікації (рисунок 8.1).

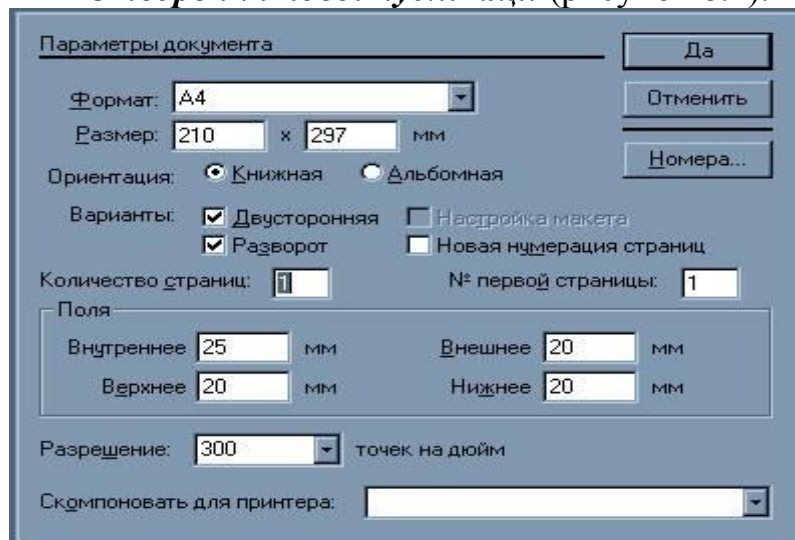


Рисунок 8.1

Зверніть увагу на два аспекти, відмінні від текстового редактора:

- 1) *Двостороння публікація*, розворот на екрані
- 2) Опція *Нова нумерація сторінок* задається в тому випадку, коли хочуть розпочати незалежну нумерацію сторінок для публікації, що є частиною книги з наскрізною нумерацією.

Вигляд діалогового вікна програми зображений на рисунку 8.2

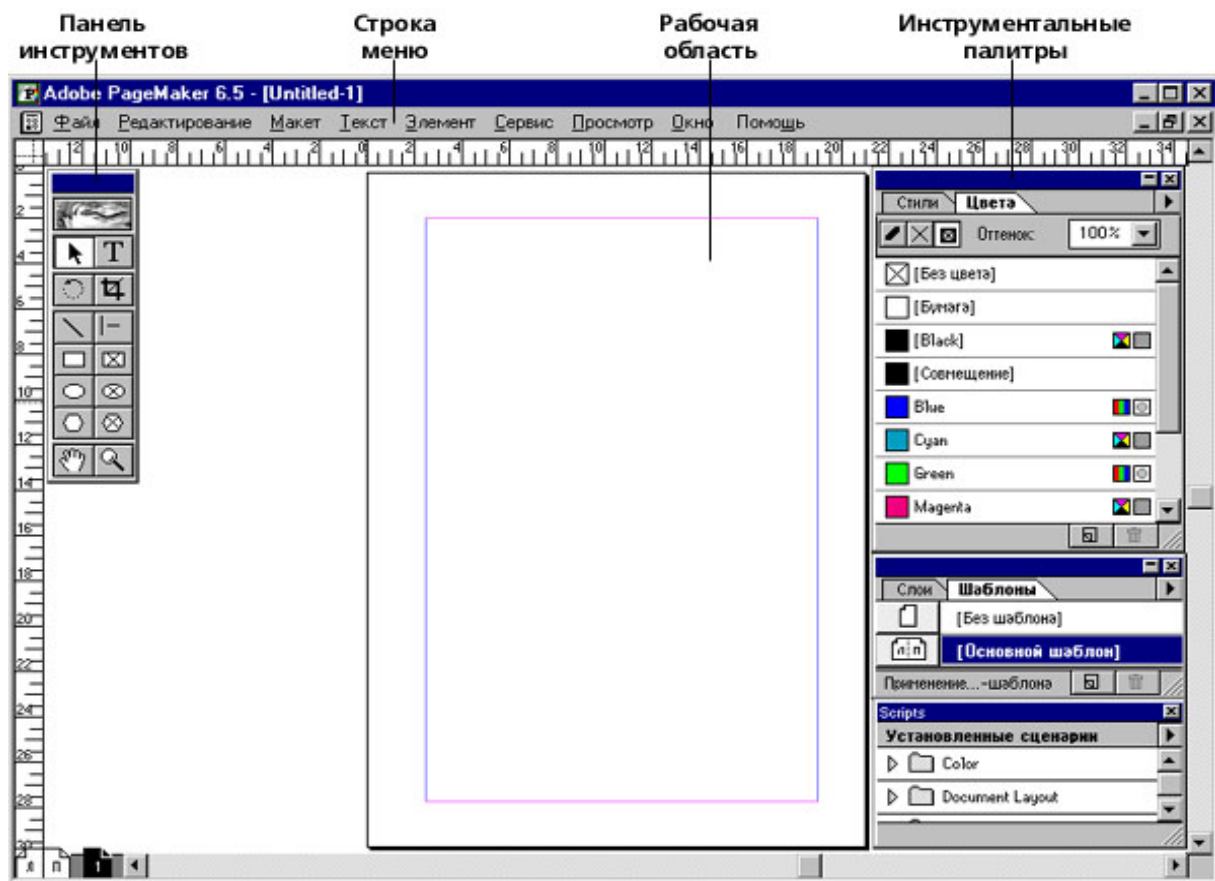


Рисунок 8.2

- 1- монтажный стол
- 2 – сторінка публікації
- 3 – панель інструментів
- 4 – вказівник сторінки – зверніть увагу на розворот

Його вміст можна умовно розділити на дві частини - монтажный стол 1, на якому проводиться вся робота з матеріалами публікації, і інтерфейсну частину системи, що включає в себе всі допоміжні функціональні елементи, необхідні для створення електронної версії публікації. Зараз в центрі монтажного столу знаходиться порожня сторінка 2 нової публікації.

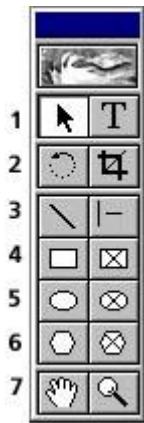
Підготовка оригінал-макету полягає в тому, щоб поступово заповнювати розташовану на монтажному столі сторінку публікації потрібними матеріалами.

Такими «цеглинками», які в системі PageMaker називають об'єктами, є:

- текстові блоки,
- ілюстрації (зображення),
- графічні елементи.

Об'єкти можуть бути зсунуті на поверхню монтажного столу. Там їх зберігають як би «про запас». Об'єкти можна пересувати, видаляти, накладати один на одного, як ніби ви на аркуші ватманського паперу (сторінка публікації), розташованому на великому столі (монтажный стол), розкласти вирізки з текстами і картинками, додаючи геометричні елементи оформлення - лінії, обведення і ін.

Панель інструментів зображена на рисунку 8.3.



Стрілка – для роботи з графічними об’єктами;
 Буква – для роботи з текстом;
 Закреслені фігури – фрейми.

Рисунок 8.3 – Панель інструментів

Палітра управління шрифтами зображена на рисунку 8.4.

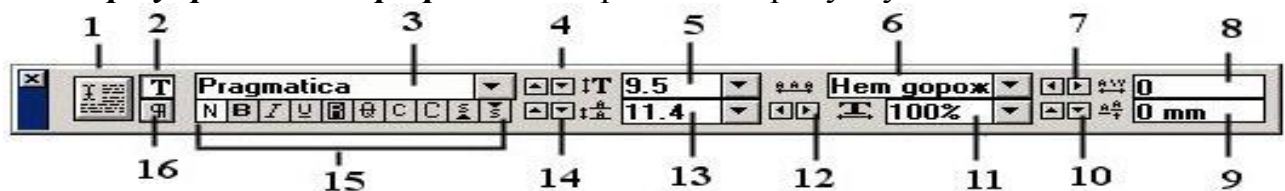


Рисунок 8.4

1 - кнопка модифікації; 2 - кнопка активізації палітри з характеристиками шрифту; 3 - список шрифтів; 4 - кнопки регулювання кегля; 5 - поле значень кегля; 6 - трекінг; 7 - кнопки регулювання відстаней між символами; 8 - відстань між символами; 9 - зсув базової лінії; 10 - регулювання положення базової лінії; 11 - ширина символів; 12 - кнопки налаштувань ширини символів; 13 - список значень інтерліньяжу; 14 - кнопки налаштувань інтерліньяжу; 15 - тип накреслення (зліва направо: нормальне, жирне, курсив, підкреслене, інверсне, перекреслене, капітель, великі букви, надіндекс, підіндекс); 16 - кнопка активації палітри з характеристиками абзацу

Текстовий блок

Поки вводимо текст, редагуємо, форматуємо, працюємо в режимі букви. Якщо нам треба перемістити весь текст або його частину, переходимо в режим текстового блоку, тобто використовуємо інструмент **Стрілка**. Вибравши стрілку, розміщуємо курсор у межах тексту і клікаємо мишкою. Програма проведе верхню і нижню лінії – межі текстового блоку.

Зверніть увагу, що словосполучення «текст виділений» має різний зміст для випадків, коли робота з текстом проводиться інструментом «Буква» і інструментом «Стрілка». Текстовий блок - це об'єкт, з яким можна працювати точно так само, як і з іншими об'єктами (зображеннями і графічними об'єктами) – переміщувати, змінювати розміри. Червоний трикутничок означає, що текст не вмістився у блок. Значок + позначає зв'язані блоки.

Перелік питань для самоконтролю

1. Які основні терміни для професійної видавничої підготовки тексту Ви знаєте?
2. Охарактеризуйте особливості роботи з видавничою інформаційною системою Adobe PageMaker. Порівняйте з використанням текстового редактора.

3. Які інструменти призначені для роботи з графічними об'єктами?
4. Що таке текстовий блок?
5. Що таке фрейм? Наведіть приклад використання в друкованих та електронних виданнях.

Список рекомендованої літератури

1. ДСТУ 3018-95. Видання. Поліграфічне виконання. URL: <http://archive.chytomo.com/standards> (дата звернення: 15.11.2017).
2. Команди меню PageMaker. URL: https://helpx.adobe.com/ru/indesign/using/pagemaker-menu-commands.html#pagemaker_file_menu_commands.

Лекція 9

Тема: Підготовка та публікація електронних видань

План:

6. Поняття та види електронних видань.
7. Оформлення та склад вихідних відомостей електронного видання.
8. Особливості редакційно-видавничої підготовки електронних видань.
9. Особливості підготовки та склад навчальних електронних підручників та посібників.

Виклад навчального матеріалу

1. Поняття та види електронних видань.

Електронне видання – електронний документ, який пройшов редакційно-видавниче опрацювання, має вихідні відомості та призначений для розповсюдження в незмінному вигляді.

Електронний документ – документ, інформація в якому подана у формі електронних даних і для використання якого потрібні засоби обчислювальної техніки.

Первинне пакування – пакування, в яке вкладають носій електронного видання.

Вторинне пакування – пакування, в яке вміщують носій електронного видання в первинному пакуванні.

Титульний екран – перший екран електронного видання, що містить вихідні відомості та може складатися з кількох пов'язаних між собою частин.

Види електронних видань класифіковано за такими ознаками:

За наявністю друкованого еквівалента:

– електронний аналог (копія, версія) друкованого видання – електронне видання, що в основному відтворює відповідне друковане видання, зберігаючи розташування на сторінці тексту, ілюстрацій, посилань, приміток тощо.

– самостійне електронне видання – електронне видання, що не має друкованого аналога.

За природою основної інформації:

– текстове (символьне) – електронне видання, яке містить переважно текстову інформацію, подану у формі, що уможливорює посимвольне оброблення.

– образотворче – електронне видання, яке містить переважно електронні образи об'єктів, подані у формі, сприйнятній для переглядання і друкованого відтворення, але не для посимвольного оброблення.

– звукове – електронне видання, що містить цифрове подання звукової інформації у формі, яка дозволяє її прослуховувати.

– програмний продукт – програма або взаємопов'язана сукупність електронних програм, процедур, правил, а також документація та дані, призначені для постачання користувачеві.

– мультимедійне – електронне видання, в якому рівнозначно та взаємопов'язано за допомогою відповідних програмних засобів існує текстова, звукова, графічна та інша інформація.

За цільовим призначенням:

- офіційне;
- суспільно-політичне;
- наукове;
- науково-популярне;
- популярне;
- виробничо-практичне;
- навчальне;
- літературно-художнє;
- релігійне;
- довідкове;
- видання для дозвілля;
- рекламне.

За технологією використання:

– локальне – електронне видання, випущене визначеним тиражем на переносному електронному носіїві та призначене для персонального використання на комп'ютері.

– мережне – електронне видання, доступне користувачам через мережні засоби.

– комбінованого використання – електронне видання, призначене як для локального, так і для мережного використання.

За характером взаємодії з користувачем:

– детерміноване видання – електронне видання, параметри, зміст та спосіб взаємодії з яким визначені видавцем і не можуть бути змінені користувачем.

– недетерміноване (інтерактивне) – електронне видання, параметри, зміст і спосіб взаємодії з яким визначає сам користувач за алгоритмом, заданим видавцем.

2. Оформлення та склад вихідних відомостей електронного видання

Склад вихідних відомостей електронного видання залежить від його виду та кількості електронних носіїв. Не дозволено розбіжності в поданні однакових елементів вихідних відомостей, розміщених у різних місцях електронного видання.

Наведення додаткових відомостей про електронне видання (наприклад, вимоги до обладнання та програмного забезпечення), крім зазначених у стандарті, не обмежено.

Основні елементи вихідних відомостей

Основними елементами вихідних відомостей електронного видання є:

- надзаголовкові дані;
- відомості про автора (авторів) та інших осіб, які брали участь у створенні електронного видання;
- назва;
- підзаголовкові дані;
- вихідні дані;
- випускні дані;
- класифікаційні індекси (УДК) й авторський знак;
- вид видання за цільовим призначенням;
- міжнародні стандартні номери (ISBN, наприклад)
- бібліографічний опис;
- анотація;
- знак охорони авторського права (©).

Надзаголовкові дані (відомості про серію та організацію, від імені чи за участю якої створено видання), ім'я автора (авторів), імена інших осіб, які брали участь у створенні електронного видання (укладача, перекладача, художника-ілюстратора тощо), назву, вихідні дані, УДК й авторський знак, ISBN, ISMN, ISSN та знак охорони авторського права в електронному виданні подають за формою, визначеною в ДСТУ 4861.

У ***підзаголовкових даних*** залежно від виду електронного видання зазначають:

- відомості, що пояснюють чи доповнюють назву;
- вид видання за характером інформації — згідно з ДСТУ 3017;
- періодичність;
- кількість томів багатотомного видання;
- порядковий номер тому (частини, номера, випуску);
- період оновлення та дату останнього оновлення (в оновлюваному електронному виданні);
- вид електронного носія;
- відомості про основне видання в окремо виданому додатку.

Випускні дані залежно від виду електронного видання містять такі відомості:

- види й кількість електронних носіїв та комплектність електронного видання;
- об'єм даних у мегабайтах (Мб);
- тривалість звукових і відеофрагментів у хвилинах;
- тираж;
- найменування (ім'я), місцезнаходження й електронну адресу, телефон (факс) видавця, а також редакції (в періодичному та продовжуваному виданнях);

– найменування (ім'я), місцезнаходження й електронну адресу, телефон (факс) виготовлювача тиражу електронного видання;

– серію, номер і дату видачі Свідоцтва про внесення видавця й виготовлювача електронного видання до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи (в неперіодичному електронному виданні).

Вид видання за цільовим призначенням визначають за ДСТУ 3017. Бібліографічний опис електронного видання наводять згідно з ДСТУ ГОСТ 7.1 та ДСТУ ГОСТ 7.80. Анотацію наводять згідно з ДСТУ ГОСТ 7.9.

В електронному виданні, що є аналогом друкованого, відомості про друковане видання подають у формі бібліографічного опису.

В електронному виданні, що виходить іншими, крім української, мовами, всі вихідні відомості, крім імен автора (авторів) та інших осіб, які брали участь у створенні видання, повторюють у перекладі українською, зазначаючи мову тексту видання. Імена автора (авторів) та інших осіб, які брали участь у створенні електронного видання, подають у транслітераційній формі.

Якщо електронне видання є окремим додатком до друкованого видання, його вихідні відомості оформлюють відповідно до положень цього стандарту.

Розміщування вихідних відомостей

Вихідні відомості в електронному виданні розміщують на титульному екрані. Титульний екран – перший екран електронного видання, що містить вихідні відомості та може складатися з кількох пов'язаних між собою частин.

У локальному електронному виданні елементи вихідних відомостей розміщують також на етикетці, лицьовому, внутрішньому й задньому боці первинного пакування, а також на лицьовому й задньому боці вторинного пакування та в супровідній документації (на паперовому носіїві), якщо вони є.

На титульному екрані електронного видання розміщують:

– надзаголовкові дані (за наявності);
– відомості про автора (авторів) та інших осіб, які брали участь у створенні електронного видання;

– назву;

– підзаголовкові дані;

– вихідні дані;

– випускні дані (в мережному виданні);

– ISBN, ISMN, ISSN;

– відомості про друковане видання, аналогом якого є електронне;

– анотацію (в мережному виданні);

– відомості українською мовою в іншомовному виданні;

– знак охорони авторського права.

На етикетці електронного носія локального електронного видання подають вихідні відомості (крім надзаголовкових даних, відомостей про друковане видання, аналогом якого є електронне, та відомостей українською мовою в іншомовному виданні).

На первинному пакуванні локального електронного видання розміщують:

– надзаголовкові дані (за наявності);

– відомості про автора (авторів) та інших осіб, які брали участь у створенні електронного видання;

- назву;
- підзаголовкові дані;
- вихідні дані;
- випускні дані;
- УДК, ББК й авторський знак, ISBN, ISMN, ISSN;
- вид видання за цільовим призначенням;
- бібліографічний опис;
- відомості про друковане видання, аналогом якого є електронне;
- відомості українською мовою в іншомовному виданні;
- знак охорони авторського права.

На вторинному пакуванні локального електронного видання розміщують:

– відомості про автора (авторів) та інших осіб, які брали участь у створенні електронного видання;

- назву;
- відомості про види й кількість електронних носіїв;
- вихідні дані;
- анотацію;
- випускні дані;
- відомості українською мовою в іншомовному виданні;
- знак охорони авторського права.

В окремо виданій до локального електронного видання супровідній документації подають:

– відомості про автора (авторів) та інших осіб, які брали участь у створенні електронного видання;

- назву;
- відомості про види й кількість електронних носіїв та комплектність електронного видання;
- вихідні дані;
- знак охорони авторського права.

3. Особливості редакційно-видавничої підготовки електронних видань.

Підготовка електронних видань суттєво відрізняється від підготовки друкованих як на етапі створення, так і на етапах редагування та просування. Мета будь-якого видання – донести необхідну інформацію до свого читача, а вже як це потрібно зробити, залежить від багатьох чинників та типу видань. Специфіка та новизна електронного видання, зокрема, навчального як виду літератури вносить корективи до кожного етапу підготовки видання. Так, редакційно-видавничий процес роботи з електронним виданням дещо відрізняється від звичного процесу роботи з друкованим виданням.

Пригадаємо, що редакційно-видавничий процес складається з чотирьох етапів:

- підготовчого;

- редакційного;
- виробничого;
- маркетингового.

Підготовчий етап у роботі з традиційним виданням – це пошук потрібного автора та оригіналу. Під час підготовки електронного видання, першим етапом також є пошук автора та оригіналу. Виняток становлять електронні аналоги (копії, версії) друкованого еквівалента, які створюються на основі друкованих видань і вже пройшли цей етап. Ще один випадок нівелювання першого підготовчого етапу можливий з тієї причини, що досить часто електронне видання намагаються створити самі автори, зацікавлені в поширенні свого твору, наукової праці з навчальною або іншою метою.

Наступний етап – редакційний. Він містить такі складові: рецензування, перше читання, літературне редагування, коректура, технічне редагування, верстка, читання верстки, виведення верстки на папір, звіряння, виведення оригінал-макета на плівки, художнє оформлення. Для електронних аналогів друкованих видань етап редагування також опускається. Для самостійних електронних видань рецензування та перше читання залишаються незмінним. Літературне редагування, головною метою якого є аналіз, оцінка та виправлення мовно-стилістичної структури твору, загалом не відрізняється від літературного редагування друкованих видань.

Одним із важливих етапів у роботі над авторським оригіналом є коректура. Коректура – процес виправлення граматичних і технічних помилок та недоліків у текстовому й графічному матеріалах, підготовлених для тиражування друкарським (або будь-яким іншим) способом. Для електронних видань цей етап не є винятком. Однак варто зазначити, що розвиток комп'ютерних технологій значно спростив та автоматизував цей процес. Коректор перевіряє

текст на орфографічні й синтаксичні помилки, обидва процеси дещо автоматизовані, але не автоматичні. На сьогодні якраз для електронного навчального видання невід'ємним етапом підготовки є його автоматизоване редагування (АР) за допомогою комп'ютерних програм. Незважаючи на те, що сучасні методи АР забезпечують високий рівень редагування тексту, вони не можуть замінити людину-фахівця, тому комп'ютер може виступати лише як засіб полегшення роботи редактора. Максимально підвищити рівень редагування комп'ютерними програмами редактор може, налаштувавши програму відповідно до специфіки редагованого тексту: внести до словника маловідомі або авторські терміни, характерні для тексту, поповнити списки автоматичної заміни символів типовими для автора помилками. Таким чином, значно підвищується ефективність автоматизованого редагування. Комп'ютер виправляє максимальну кількість помилок, даючи змогу авторові, редакторові не розпорошувати увагу на несуттєві огріхи та зосередитись на тому, що комп'ютер відредагувати не спроможний – на семантичних, композиційних, логічних помилках.

Електронні видання проходять процес редагування комп'ютером у спеціальних програмах редакційної обробки тексту. Незважаючи на те, що програми редагування набувають усе більшого поширення, якість редагування

ними текстів ще не досягла того рівня, який здатна забезпечити людина-фахівець, тож існують чіткі межі автоматизації редакційного етапу, визначені можливістю усунення максимальної кількості помилок будь-якого виду в тексті. Системи АР можуть контролювати орфографічну, пунктуаційну та синтаксичну грамотність тексту, але вони не спроможні виправляти помилки, пов'язані із семантикою слова та смисловими зв'язками в тексті. Загалом абсолютно автоматичної системи обробки тексту й не може бути, оскільки є випадки, які не можна задати для машини – потрібен лише мозок та досвід людини.

Редактор повинен особливо уважно відслідковувати такі типи помилок, як:

- граматичні помилки;
- кальки та росіянізми;
- неточне слововживання;
- неоднозначність;
- занадто велика або, навпаки, мала частка нових слів;
- використання рідковживаних слів, діалектизмів, жаргонізмів, професіоналізмів та інших позалітературних лексем;
- використання термінів-дублетів тощо.

Під час підготовки електронних видань особливу увагу приділяють редагуванню фактичних помилок. Окрім перевірки достовірності наведених у тексті фактів, редактор ретельно перевіряє правильність усіх гіперпосилань, які якраз і є найхарактернішою особливістю та перевагою електронних видань.

Для створення електронних видань найчастіше використовують гіпертекст, який має певні особливості та відмінності порівняно зі звичайним текстом.

Активне послуговування електронним гіпертекстом дало змогу формувати нові текстові масиви: зі складною текстовою архітектурою, з наявністю різних семіотичних компонентів (графіка, аудіо, відео тощо), з мультимедіальною структурою (наявність вузлів переходу на інші мовні системи).

За результатами дослідження поведінки користувачів запропоновано рекомендації щодо стилістики гіпертексту, зокрема, щодо інформаційного наповнення:

- прості й зрозумілі заголовки;
- нейтральна мова;
- стандартна термінологія;
- окремий абзац для кожної ідеї;
- вихідні гіпертекстові посилання, наявність яких підвищує довіру користувачів до видання.

Структура (дизайн). Сторінки мережевого електронного видання слід писати так, щоб їх було легко переглядати. Для цього використовують:

- меншу кількість слів, ніж у звичайній статті;
- виділення ключових слів (гіпертекстові посилання можуть слугувати як один з видів виділення; до нього можна додати виділення кольором і шрифтом);
- візуальне членування тексту за допомогою підзаголовків;

- списки з маркерами;
- стандартні кольори посилань – це полегшує впізнавання вже переглянутих сторінок;
- графічні елементи, якщо вони доповнюють текст;
- принцип “перевернутої піраміди” в написанні тексту (цим методом давно користуються журналісти: свої статті вони починають з повідомлення читачеві висновку, після чого повідомляють найважливішу інформацію, а в кінці дають підґрунтя події. Цей стиль зручний для газет тому, що читачі можуть зупинитися в будь-який момент читання, і все одно в них у голові залишиться найважливіша ін формація, подана в статті).

Перелічені вимоги до електронного гіпертексту сприяють підвищенню його інформативності та простоти сприйняття, адже читання з монітора ускладнює сприйняття, впливає на органи зору, втомлюючи та виснажуючи. Завданням редактора є створення максимально логічного, точного, зрозумілого й доступного тексту, тобто тексту з послідовним викладом матеріалу, який є інформаційно та стилістично точним, що дає змогу реципієнтові визначити його зміст і подолати можливі перешкоди, які виникають при передачі інформації.

Наступний етап редакційного процесу – технічне редагування, який має також свої нюанси під час роботи з електронними виданнями. Редактор повинен враховувати специфіку конкретного типу видання, стежити за дотриманням особливостей сприйняття ін формації реципієнтом при використанні того чи іншого засобу подання інформації, передусім, на етапі верстки, який є вирішальним для електронного видання й відрізняється від верстки друкованого видання. Читання верстки залишається незмінним на першому та другому етапах, коли редактор роздруковує заверстані матеріали та робить виправлення. У підготовці з електронних видань особливо важливим етапом є тест заверстаного видання (звіряння) перевірка редактором видання на всіх передбачених засобах зчитування інформації з погляду коректного та правильного відображення згідно із задумом видавця. Особливої уваги потребують недетерміновані видання, в які користувач може вносити зміни за заданим алгоритмом. У виданнях такого типу редактор повинен протестувати всі можливості, надані користувачу.

Для видань на CD-дисках окремим етапом є розробка дизайну диска та його обкладинки. Особливої уваги редактора потребує правильне оформлення вихідних відомостей, що закріплено в ДСТУ 71:57.

Виробничий етап для друкованого видання полягає в поліграфічному виконанні, яке здійснюється передостаннім після редакційного опрацювання. У роботі з електронними виданнями він залежить від виду видання й не завжди є передостаннім. Для видання на CD-диску виробничий етап полягає в записі готового продукту, який пройшов редакційний етап, на фізичний диск і вже після цього, як і надрукований продукт, не підлягає внесенню правок, так само і для інших видів локальних видань. Натомість у роботі з мережевими електронними виданнями, для яких виробничий етап полягає в розміщенні продукту, що пройшов редакційне опрацювання, у мережі, після виробничого

етапу ще можливе й навіть необхідне втручання редактора. Тут настає черга фінального тестування, до якого залучають відповідних спеціалістів чи потенційних користувачів, яких обирає редактор. Така можливість в електронних виданнях існує, на відміну від друкованих, завдяки комп'ютерним технологіям, які дають змогу внести зміни після виробничого етапу.

Останнім етапом редакційно-видавничого процесу прийнято вважати маркетинговий. Хоча це досить умовно, адже він найчастіше починається паралельно з редакційним, а іноді навіть уже на самому початку роботи, коли є задум та розроблена концепція видання. Для електронних видань локального типу маркетинговий етап суттєво не відрізняється від роботи над друкованими виданнями. Для реклами та популяризації мережевих видань існує ціла наука просування сайту (видання) у мережі. Найчастіше ці видання є безкоштовними й окупуються лише завдяки рекламним коштам. Але для того, щоб рекламодавець платив за рекламу, видання повинні читати користувачі. Тож маркетинговий етап для таких видань має на меті здобути якнайбільше читачів. Для цього необхідна оптимізація сайту. Пошукова оптимізація сайту або SEO (англ. search engine optimization) – процес корегування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль за зовнішніми чинниками для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем для підвищення позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів. Чим вища позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки користувачі зазвичай ідуть за першими посиланнями.

Для мережевих періодичних електронних видань важливою є підтримка видання протягом його існування. Інтернет надає можливості зробити видання інтерактивним і спілкуватися із читачем у режимі онлайн. Через стрімкий розвиток апаратного та програмного забезпечення комп'ютерів та інших засобів користування електронними виданнями часто необхідно на етапі підтримки сайту вдосконалювати технічні характеристики видання. Тому для електронних видань останнім редакційно-видавничим етапом є підтримка створеного продукту.

Отже, редакційно-видавничий процес роботи над друкованим та над електронним виданням суттєво відрізняється на всіх етапах, особливо під час роботи з мережевими виданнями та електронними виданнями, які не є аналогами друкованих. Саме тому деякі науковці не безпідставно виділяють новий напрям у редагуванні – веб-редагування (редагування мережевих електронних видань). Розвиток такого напрямку вкрай необхідний з огляду на активне створення та поширення електронних видань останнім часом.

4. Склад і підготовка електронних навчальних посібників/підручників

Електронний навчальний посібник/підручник (далі – ЕНП) є комплексним виданням, яке повинне мати наступні компоненти: програмну оболонку з відповідним набором програм, засоби для роботи з текстами, фото- і відеоматеріалами, слайдами, аудіоінформацією. Для роботи програм компакт-

диска не слід вимагати інсталяцію додаткового програмного забезпечення. Необхідно передбачити автозапуск програмної оболонки.

Вимоги до навчального матеріалу ЕНПП.

а) Навчальний матеріал ЕНПП має бути розподілений на розділи, модулі, що відповідають навчальній програмі. В межах розділу (модуля) має бути забезпечена можливість розгляду основних теоретичних положень, застосування їх на практиці, здійснення самоконтролю та контролю.

б) Модулі мають бути замкненими, перехід до різних видів діяльності з певної теми має бути організований в межах модуля.

в) Обсяг та зміст навчального матеріалу повинен відповідати робочій програмі, а спосіб його подання в ЕНПП повинен відповідати особливостям аудиторії (до- або післядипломна освіта).

г) ЕНПП повинен забезпечувати можливість демонстрацій на екрані монітора комп'ютера та інтерактивній дошці усіх складових занять в статичному, динамічному та інтерактивному режимах за допомогою (з використанням) статичних та динамічних схем, моделей, анімацій, аудіо і відеофрагментів, таблиць, діаграм, малюнків, фотографій: навчального матеріалу; явищ, ефектів, процесів, законів тощо; демонстрацій, лабораторних та практичних робіт.

д) ЕНПП не повинен містити матеріалів, ефектів, які не призначені для досягнення навчальної мети та відволікають увагу студента або курсанта.

Типова структура ЕНПП

Електронний навчальний посібник/підручник має включати:

а) Змістову частину:

- зміст;
- теоретичну і практичну частини;
- мультимедійні елементи (діяльнісне середовище, в тому числі інтерактивні моделі, малюнки (схеми, діаграми, графіки, карти, таблиці тощо), фотографії, відеофрагменти, звукові ряди на декількох мовах, 2D та 3D анімації, історичні довідки),

- словники термінів та понять (глосарії), тезаурус;

- покажчики, предметні та міжпредметні довідники,

- перелік джерел інформації,

- контрольні питання, тестові завдання для самоконтролю.

б) Засоби роботи та керування:

- засоби для відображення змістової частини (включаючи тексти, медіаоб'єкти, завдання в текстовій формі) і для здійснення навігації ЕНПП;

- гіперпосилання;

- засоби пошуку навчального матеріалу;

- засоби для роботи із закладками.

в) Методичні рекомендації по використанню для проведення викладачем різних типів занять та самостійної роботи користувача.

Мінімальний склад електронного навчального посібника/підручника: теоретичний матеріал; матеріали для контролю й оцінювання; глосарій

термінів; інформаційно-довідкові матеріали; перелік основної і додаткової літератури.

ЕНПП повинен містити такі розділи:

1) Інструкція для користувача - відображено вимоги до параметрів комп'ютера та операційних систем, керівництво з інсталяції та користування, відомості про розробників, авторів, правовласників.

2) Система захисту, яка передбачає ліцензійну угоду, ліцензійний номер, ключ та інші способи захисту від копіювання.

3) Вступ - логотип, короткі відомості про авторів, список матеріалів і літератури, використаних в даному ЕНПП.

4) Основна (текстова) частина - основою електронної навчального посібника/підручника є текстовий матеріал, вимоги до структури та обсягу якого викладено у наказі МОН України «Щодо видання навчальної літератури для вищої школи» № 588 від 27.06.2008.

5) Контролююча програма - повинна містити тестові завдання (можливе включення графічних зображень). Еталони відповідей на всі тестові завдання мають бути розміщені у додатку. Доцільно надати електронне посилання на відповідну інформацію у тексті навчальної книги.

Вимоги до інформації:

1) Текст – надається у форматі, що підтримує гіпертекстові посилання (html або інший).

2) Мультимедійні складові (графічні, аудіо- та відеоматеріали) – їх наявність в ЕНПП є обов'язковою; графічні матеріали надаються переважно в форматі JPEG (роздільна здатність не менш 300 dpi), аудіо - MP3, відео – MPEG1-2. До кожної ілюстрації (рисунок, слайду) та відеофрагменту додається опис з вказанням назви. Відеофрагменти повинні бути синхронізовані з текстовим та/або аудіосупроводом. Для представлення анімації рекомендується застосовувати технології Flash (SWF) або файли у форматі GIF; доступ до мультимедійних елементів повинен бути зроблено через гіперпосилання у текстовій частині та через окремо створений загальний список.

3) Навігація - обов'язкова наявність структурованого змісту, що передбачає можливість побудови простого і зручного механізму навігації в межах ЕНПП; основні вимоги до системи навігації ЕНПП:

- весь матеріал розподіляється на блоки (розділи, глави, підрозділи, параграфи тощо);

- загальне меню розділів (зміст ЕНПП) може бути викликано з головної сторінки;

- вхід в кожний конкретний розділ можливий лише з цього меню;

- кожен розділ (глава), в свою чергу, також повинен мати власне меню для тем, що містяться в ньому;

- виклик сторінок з окремими темами можливий лише з меню розділу;

- переміщення між сторінками здійснюється лише в межах розділу (глави), що їх об'єднує;

- перехресна навігація між різними сторінками ЕНПП повинна бути в неявному вигляді і з методичних міркувань (наприклад, для одержання довідки

або додаткового роз'яснення).

На кожній сторінці ЕНПП обов'язково повинна бути присутня навігаційна панель, яка покликана забезпечувати навігацію всередині поточного розділу і містити, принаймні, три кнопки для переходу: «на попередню сторінку», «на наступну сторінку», «до змісту (меню) розділу». Внизу сторінки повинна бути присутня кнопка повернення на початок та/або до загального меню (змісту) ЕНПП.

Системотехнічне забезпечення

Електронний навчальний посібник/підручник являє собою окреме електронне видання, об'єднане єдиним програмним середовищем і системою навігації, підготоване за гіпертекстовою технологією з можливим використанням мультимедійних компонентів; може містити додаткові програмні модулі (програми для виконання обчислювальних процедур, інформаційно-довідкові системи тощо). Для розробки ЕНПП має використовуватися тільки ліцензійне програмне забезпечення або таке, що розповсюджується з «відкритим кодом». Електронний навчальний посібник/підручник повинен мати інтерфейс, який забезпечує зручне переміщення змістом ЕНПП, роботу зі всіма складовими.

Може бути забезпечена робота з ЕНПП у таких режимах:

- використання на окремому комп'ютері (у тому числі дистанційне через мережу Інтернет), характеристики якого відповідають технічним вимогам зазначеного ЕНПП;

- використання на кількох комп'ютерах, які з'єднані локальною мережею (зі швидкістю не менше 100 Мб/с) під керуванням комп'ютера викладача.

З технічної точки зору, ЕНПП повинен мати у своєму складі програму, що виконує усі необхідні операції для його інсталяції та деінсталяції, і забезпечує мінімальне втручання користувача у процес установки. Програма інсталяції не повинна вимагати для своєї роботи жодного програмного забезпечення крім того, яке встановлюється під час власної інсталяції і входить до складу операційної системи. ЕНПП повинно завантажуватися на окремому комп'ютері для самостійної роботи або з робочого місця викладача на всі робочі місця студентів, інтернів та курсантів для роботи в локальній мережі. Процеси інсталяції та/або деінсталяції ЕНПП та його робота не повинні порушувати функціонування операційної системи та прикладного програмного забезпечення. Повинна бути забезпечена можливість вибіркової інсталяції та деінсталяції окремих модулів ЕНПП.

Для роботи в локальній мережі електронний навчальний посібник/підручник повинен забезпечувати:

- трансляцію з комп'ютера викладача на комп'ютери студентів, інтернів та слухачів післядипломної освіти занять, створених викладачем за допомогою конструктора занять;

- моніторинг роботи студентів, інтернів та слухачів післядипломної освіти у локальній мережі з робочого місця викладача;

- збір даних про результати роботи студентів, інтернів та слухачів післядипломної освіти з тестовими завданнями, збереження статистики, відповідей, виведення зібраної інформації на окремий носій, екран, друк тощо.

Електронний навчальний посібник/підручник може бути представлений у наступних форматах:

- EXE (комп'ютерна програма (додаток), що виконується),
- HTML та/або інші загальновідомі формати роботи з гіпертекстом,
- SWF та/або інші загальновідомі формати роботи з флеш-матеріалами.

Електронний аналог друкованого видання

Електронна книга – є «статичною» електронною версією паперового видання (навчального посібника, підручника, монографії, атласу, довідника, методичних вказівок); вона призначена для читання з застосуванням спеціалізованого пристрою (рідера), персонального комп'ютера, смартфона чи мобільного телефону.

Структура електронної книги повністю повторює паперову версію (оформлення якої здійснюється відповідно ДСТУ 3017-95 "Видання. Основні види. Терміни та визначення").

Існують наступні системотехнічні вимоги до електронної книги. Для її розробки має використовуватися тільки ліцензійне програмне забезпечення або таке, що розповсюджується з «відкритим кодом». Електронна книга може бути представлена у наступних форматах:

- FB2, FB3 – основний стандарт електронних книг, який забезпечує сумісність з більшістю рідерних засобів;
- PDF - структурований текст;
- TXT - простий текст;
- AZW, LRF, MBR, EPUB, LIT тощо – формати окремих виробників (при публікації електронної книги в даному форматі обов'язково повинні бути вказані програмно-апаратні засоби для читання даного видання).

Публікацією електронної книги вважається розміщення її в мережі Інтернет (зокрема, на сайті кафедри, Інтернет-магазині, GoogleBooks, електронній бібліотеці або на інших релевантних ресурсах). Доступ до електронної книги може бути безкоштовним, платним або частково платним за рішенням автора(ів) та правовласника.

Питання для самоконтролю

1. Які види електронних видань Ви знаєте? Порівняйте з класифікацією друкованих видань.
2. Які вимоги до оформлювання вихідних та випускних відомостей електронних видань. Наведіть приклади.
3. Які особливості підготовки електронних видань на кожному з етапів редакційно-видавничого процесу?
4. Порівняйте підготовку локальних та мережевих електронних видань. Яка з них є ближчою до підготовки друкованих видань.
5. Які є особливості підготовки навчальних електронних посібників та підручників?

Список рекомендованої літератури

1. ДСТУ 7157:2010. Інформація та документація. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості. URL: https://ntb.pstu.edu/images/N-rabotniku/DSTU_7157_2010.pdf (дата звернення 21.12.2017).
2. Підготовка електронних видань, дидактичних демонстраційних матеріалів, електронних навчальних посібників та підручників у вищих медичних навчальних закладах: метод. рекомендації. К., 2015. URL: <http://smc.inmeds.com.ua/gallery/Literatura.pdf> (дата звернення 21.12.2017).
3. Фіголь Н. М. Особливості редакційної підготовки електронних видань. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації : наук.-вироб. журн. Запоріжжя*, 2001. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2013_3-4_33 (дата звернення 21.12.2017).