



Олександр БАРАНЮК
кандидат технічних наук, доцент
Кіровоградського державного
педагогічного університету
імені Володимира Винниченка

УДК 004.915

ТЕХНІЧНА КУЛЬТУРА ТЕКСТУ В МЕДІАДИЗАЙНІ

Стаття присвячена проблемам підвищення якості підготовки фахівців для видавничої галузі. Основну увагу приділено технічним аспектам якості текстового оформлення видань і формуванню навичок складання тексту. Деталізовано поняття “технічна культура тексту”.

Ключові слова: видавнича справа, культура тексту, складання, стиль тексту.

Історія друкованого слова нараховує кілька століть. За цей час фахівці виробили норми і правила оформлення друкованих видань, основною метою яких є одержання привабливого і зручного у використанні видання. Деякі з цих норм набули статусу галузевих чи державних стандартів, інші стали стандартами де-факто. При цьому кожна редакція чи видавництво мають власні нормативи і прийоми, які дають можливість створювати якісні та неповторні видання.

В епоху комп'ютерних технологій і кольорової поліграфії стали доступними потужні інструменти створення видань, здатні задовольнити найвибагливішого читача. Та для цього потрібно забезпечити якісне наповнення, оформлення і поліграфічне відтворення видання. Удавана доступність і дружній інтерфейс комп'ютерних систем верстки самі по собі не гарантують одержання якісного видання з гармонійним збалансованим макетом.

Як і в будь-якій галузі виробництва, редакційна підготовка видань вимагає системного підходу. Немає універсального правила щодо одержання якісного видання і гарантування попиту в читачів. Створення високоякісного продукту потребує знань, досвіду, дисципліни і творчості. Процес комунікації видавця з читачем потребує спільних зусиль, що втілено в термінах “культура видання” та “культура читання”.

Питання підготовки фахових видавців залишається актуальним, а сам процес підготовки потребує відповідних педагогічних і методичних підходів.

Проблеми підготовки друкованих видань досліджували ряд вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків, зокрема С. Галкін, В. Іванов, Т. Іванова, Н. Комолова, В. Шевченко, М. Клепер, Т. Харроуер. Вивченням проблематики культури видання присвячено праці А. Мільчіна, Н. Черниш, Т. Крайнікової, Н. Зелінської та інших вчених.

“Український тлумачний словник видавничо-поліграфічної справи” визначає термін “культура видання” як “ступінь відповідності видання в цілому й усіх його компонентів задачам його ефективного споживання” [8]. Для високої культури видання характерна досконалість і гармонія форм, наявність у ньому елементів, необхідних для повноцінного, швидкого й успішного використання різними читачами.

А. Мільчін визначає культуру книги в широкому значенні як ступінь відповідності впливу книги на читача задуму автора і видавництва, завдання, поставленого ними перед книгою [6]. Він також говорить, що культура книги є ознакою високого рівня її споживчих якостей [7]. Якісна книга здатна найкраще служити тим цілям, заради яких вона створена, виконувати своє призначення в умовах різноманітної роботи з нею різних читачів.

Н. Зелінська відзначає, що при оцінюванні книжкових видань на конкурсах, зокрема на Форумі видавців у Львові, звертають увагу на “якість редакційної підготовки, у тому числі літературне, наукове, технічне, художнє редагування, коректуру, художнє оформлення, кольоровідтворення” [3].

Культура книги має комплексну природу. Т. Крайнікова відзначає вживання таких термінів: технологічна (поліграфічна) культура, друкарська культура, розповсюджувальна культура, книгодрукарська культура, бібліографічна культура, культура книговидавання, мовна культура видань [5]. Т. Жалко вказує на три головні складові культури книги: “Даючи тлумачення поняттю “культура книги”, важливо усвідомити, що її формують три основні блоки: зміст, оформлення та поліграфічне виконання” [5].

Т. Крайнікова виокремлює такі головні складники культури видання:

- змістова культура;
- культура художньо-технічного оформлення і технологічного виконання;
- бібліографічна культура;
- маркетингова культура [5, с. 136].

Поняття “культура книги” (в сенсі створення і споживання) застосовують не лише для характеристики кожного окремого видання, а і як комплексний показник рівня розвитку держави, що свідчить про інтелектуальний потенціал її населення [2].

Проведені дослідження показують, що основні складові поняття “культура книги” визначені, але кожна з них потребує подальшої конкретизації і методичної підтримки. Зокрема, потребує розвитку поняття “культура художньо-технічного оформлення”, у т. ч. тексту. Актуальними залишаються зусилля щодо формування навичок роботи з текстом як одного з чинників загальної культури майбутнього видавця у процесі підготовки студентів.

Метою статті є декомпозиція поняття “технічна культура тексту видання”. **Завдання** дослідження передбачають конкретизацію змісту технічної культури тексту й окреслення основних напрямів практичної підготовки студентів щодо формування навичок професійної обробки тексту.

У “Великому тлумачному словнику сучасної української мови” культура визначається як “рівень, ступінь досконалості якої-небудь галузі господарської або розумової діяльності”. Разом з тим досконалість, добротність, ступінь вартості, цінності, придатності виражає якість. Отже, культура видання характеризує його якість, досконалість.

Видання виконує особливу місію – через видання видавець поширює свій задум, здійснює комунікацію з читачем. Рівень цієї комунікації залежить як від професійної підготовки і загальної видавничої культури видавця, так і від культури читача. Культура видання є своєрідною проекцією культури видавця. Високий рівень культури видання не є чимось недосяжним. “Хороше оформлення сьогодні – це високе логічне мистецтво і від усіх інших мистецтв воно відрізняється ступенем логіки, зрозумілим навіть недосвідченій людині” [9, с. 15]. Це означає, що знання і чітка логіка дій видавця можуть забезпечити належний вплив на читача.

Останнім часом в багатьох країнах світу застосовується принципово нова модель забезпечення якості будь-яких виробництв. Вона втілена у міжнародних стандартах якості сімейства ISO 9000. Основна ідея стандартів полягає в тому, що коли процес виробництва організований і регламентований належним чином, то і результат виробництва (продукт

чи послуга) буде мати відповідну якість. Це повністю стосується і видавничої справи. Якісно організований редакційно-видавничий цикл передбачає високу культуру виробництва, яка й призводить до якісних результатів.

Тут постає питання культури видавця. Цивілізований (культурний) видавець організує і регламентує редакційно-видавничий процес так, що всі його працівники дотримуються видавничих стандартів, редакційних норм і правил. У цьому разі видавнича продукція матиме належну якість, вона буде зручною і комфортною для читача. Я. Чіхольд писав: “Те, що можна було би назвати стилем у друкарському оформленні, насамперед визначається укладом життя й умовами праці” [9, с. 31]. Читач, відповідно, буде отримувати задоволення від читання і стане надійним прихильником і споживачем майбутньої продукції видавця.

Як вказувалося вище, культуру книги формують три основні блоки: зміст, оформлення та поліграфічне виконання. Два останні блоки варто розглядати окремо, оскільки у більшості випадків за них відповідають різні люди (видавництво і друкарня). Відомі випадки, коли друкарі відверто псують бездоганний оригінал-макет, так само найкращий друкар навряд чи зможе виправити недоліки складання.

Культура художньо-технічного оформлення визначається якістю підготовки тексту і зображальних засобів. Основним і переважаючим за обсягом елементом візуального образу книги є, безумовно, друкований текст. Відповідно, він відіграє найбільш важливу роль у процесі комунікації. Ми розглянемо лише питання культури технічного оформлення тексту, тобто технічної культури тексту.

Роботу з текстом у процесі додрукарської підготовки можна представити у двох вимірах:

1) часовий – представляє динамічний аспект (час), етапи роботи над видавничим проектом: набір (одержання) тексту; підготовка тексту до верстання; форматування тексту; складання; остаточна доводка.

2) структурний – представляє статичний аспект (структуру), елементи, об’єкти, комплекси, над якими виконують дії на певному етапі. Серед текстових елементів у книжкових виданнях найбільшої уваги заслуговують: основний текст, заголовки та підзаголовки, текстівки (підписи), цитати, зноски [4]. До текстових елементів також відносять авторські підписи, ініціали, візи.

Основний текст видання вибудовується на основі чіткої ієрархічної системи, основними елементами якої є буква, слово, рядок, абзац, колонка. Підтвердження цьому зустрічаємо в роботах Я. Чіхольда: “все друкарське оформлення складається з букв”, “хороше оформлення починається... з набору окремих текстових рядків” [9, с. 22] та С. Галкіна: “з абзаців складаються колонки”, “з колонок... виходить текст” [1, с. 87].

У контексті нашого дослідження робота з текстом розглядається винятково з точки зору його технічного оформлення, тобто технічних характеристик форми: букв, рядків, абзаців, колонок. В основу визначення технічних параметрів тексту покладають зручність читання (читабельність): “Читабельність є вищим принципом складального мистецтва” [9, с. 13].

Багаторічний досвід аналізу студентських макетів видань дає підстави визначити основні напрями, в яких повинні бути зосереджені зусилля викладачів щодо формування культури складання тексту. Робота з текстом відбувається на основі макету, тому на початку необхідно визначитися з макетом сторінки (формат, поля, кількість і розміри колонок, кількість рядків основного тексту). При цьому, крім нормативних матеріалів, досвіду і смаку, зручність для читача є універсальним критерієм. Незаперечною базою технічної культури видавця залишаються поліграфічні одиниці вимірювання.

Програма верстки повинна одержувати на вході “чистий” текст, позбавлений недоліків, внесених операторами набору (авторами). Серед типових помилок набору (розпізнавання) тексту варто назвати такі: встановлення абзацних відступів за допомогою символу табуляції (символів пропуску); пропуск перед комою/крапкою; зайві пропуски між словами; заміна тире на дефіс і навпаки; неоднакові лапки та ін. Усунути вищеназвані недоліки найкраще засобами текстового процесора ще до початку складання, використовуючи потужний механізм пошуку і заміни тексту.

Одним з основних моментів підготовки видання є вибір шрифтового оформлення. Кожний шрифт надає текстовому блоку неповторної фактури. Тривалі експерименти з підбору шрифтів свідчать, що найкращими є класичні шрифти [9]. Аби візуально оцінити фактуру шрифту майбутнього видання, застосовують пробну верстку і роздруківку сторінок з використанням кількох наборів параметрів (гарнітура, кегль, інтерліньяж). Технічні моменти роботи з текстом включають контроль пропусків між словами, переносів, абзацних відступів, кінцевих рядків.

Важливим напрямом підготовки студента-видавця є формування культури використання стилів. Як відомо, стиль тексту – це поіменованний набір параметрів форматування, який може бути застосований до різних фрагментів тексту. Наявність стилів дає змогу легко дотримуватися єдності шрифтового оформлення видання, а деякі прийоми складання реалізуються лише через стильове оформлення (створення змісту, алфавітного покажчика). Макет видання повинен мати стилі для кожного текстового елемента. Практика показує, що вибір і налаштування стилів тексту для публікації може зайняти більше часу, ніж саме складання. Вдалий набір стилів тексту видання – одна із складових його стильової єдності і показник культури тексту.

Самостійним етапом роботи з текстовими елементами можна вважати роботу з заголовками. Питання шрифтового вирішення заголовків детально розглянуті в літературі [1, 4]. Розглянемо окремі технічні моменти. Згідно з принципом близькості заголовка повинен бути візуально об’єднаним з текстом, до якого він відноситься. Для цього у стиль заголовка включають відступи, причому відступ перед абзацом повинен бути більший, ніж відступ після абзацу. Важливо, щоб заголовок з двома відступами займав ціле число рядків основного тексту. У цьому разі питання розміщення заголовків щодо сітки базових ліній вирішується просто.

На останньому етапі складання необхідно приділити увагу засобам керування потоком тексту – переносам у словах і розподілу рядків по сторінках. Найбільш ефективним механізмом тут залишається трекінг, хоча користуватися ним треба дуже обережно, застосовуючи найменші можливі значення, достатні для досягнення результату. Правило обережності стосується й інших засобів складання. Не можна, для прикладу, рекомендувати майбутнім видавцям змінювати інтерліньяж для усунення висячих рядків. Це порушує привідну верстку і руйнує гармонію сторінки.

Таким чином, культура видання визначає рівень його досконалості, здатність передавати задум видавця і задовольняти потреби читача. Створення якісних конкурентних видань потребує знань, досвіду, дисципліни і творчості. Однією із складових культури видання є технічна культура тексту як сукупність технічних характеристик і прийомів складання. Технічна культура тексту включає такі компоненти: побудова макету сторінки на основі сітки базових ліній; дотримання принципів шрифтового оформлення; грамотне застосування стилів; засоби керування потоком тексту. Основними етапами роботи з текстом є підготовка до складання та імпорт у програму верстки, вибір шрифтів основного тексту і заголовків, стильове оформлення, контроль переносів і висячих рядків. У подальших дослідженнях варто зосередитися на

більш глибокому аналізу окремих елементів текстового оформлення, розробці методичних і дидактичних матеріалів. Потребує вивчення взаємний вплив компонентів ланцюжка понять “культура видавця” – “культура видання” – “культура читача”.

ЛІТЕРАТУРА

1. Галкин С. И. Техника и технология СМИ : художественное конструирование газеты и журнала / С. И. Галкин. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 215 с.
2. Жалко Т. Культура української книги : сучасна книговидавнича концепція / Т. Жалко // Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах : зб. наук. праць. – К., 2009. – Вип. 17. – С. 242–252.
3. Зелінська Н. В. Видавнича культура в реаліях інформаційного суспільства: вгору сходами, що ведуть униз / Н. В. Зелінська // Держава та регіони. Соціальні комунікації. – 2013. – № 2 (14). – С. 126–131.
4. Клепер М. Л. Практическое руководство по цифровой печати. Т. 1 / М. Л. Клепер. – М. : Изд. дом “Вильямс”, 2003. – 1040 с.
5. Крайнікова Т. С. Культура видання: дефініція, структура та чинники / Т. С. Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики : наук. збірник / КНУ ім. Т. Шевченка. – К., 2011. – Т. 43. – С. 134–138.
6. Мильчин А. Э. Издательский словарь-справочник / А. Э. Мильчин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ОЛМА-Пресс, 2003. – 560 с.
7. Мильчин А. Э. Культура книги : что делает книгу удобной для читателя : справ. пособие / А. Э. Мильчин. – М. : Книжная палата, 1992. – 224 с.
8. Український тлумачний словник видавничо-поліграфічної справи / уклад. П. О. Киричок, О. М. Величко, С. Ф. Гавенко та ін. – К. : НТУУ “КПІ”, 2010. – 1224 с.
9. Чихольд Я. Облик книги : избранные статьи о книжном оформлении / Я. Чихольд. – М. : Книга, 1980. – 240 с.

Александр Баранюк

Техническая культура текста в медиадизайне

Статья посвящена проблемам повышения качества подготовки специалистов для издательской отрасли. Основное внимание уделяется техническим аспектам качества текстового оформления изданий и формированию навыков верстки текста. Детализировано понятие технической культуры текста.

Ключевые слова: издательское дело, культура текста, верстка, стиль текста.

Aleksandr Baranyuk

Technical Culture of text in Media Design

This article is devoted to problems of improving the quality of future specialists training for the publishing industry. The main attention is paid to technical aspects of texts design quality and forming of text layouting skills. The concept of technical text, culture is detailed.

Key words: desktop publishing, text culture, layouting, texts style.