

М. Д. ФЕЛЛЕР

## **ПРОФЕСІЯ РЕДАКТОРА В УМОВАХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ (редактор на підприємстві, в установі та НДІ)**

1. Останнім часом ми стикаємося з рядом породжених науково-технічною революцією явищ, які вимагають докорінних змін в організації видавничої і поза видавничої підготовки наукових і технічних документів як таких, що мають бути опубліковані, так і (цілком нове для редагування явище) таких, що не будуть друкуватися.

До цих явищ належать:

масове авторство і звідси падіння виключності діяльності автора та значення його особистості;

заданість створення документа, яка визначається головним чином вимогами і потребами народного господарства, техніки, науки тощо і в меншій мірі бажанням автора, «натхненням» тощо, а звідси наявність потреби і можливості управління літературною творчістю вчених та інженерів;

перетворення наукового, технічного та деяких інших видів документів у робочий інструмент, а звідси підпорядкування їх форми передусім потребам і інтересам читача, певне знеособлювання документів (крім тих, які мають теоретичний та дискусійний характер та які повинні подолати дію упередженості, негативного ставлення, традицій тощо — хоч і тут можливі деякі рецепти більш загального характеру);

вимога стандартизації цілого ряду науково-технічних та рекламних документів або їх частин (переважно описів тощо), яка сприяє використанню їх як робочих інструментів, — чи не перша така спроба зроблена у ГОСТі — «Единая система конструкторской документации»;

різке збільшення кількості редакторів, яке позбавляє можливості орієнтуватися лише на інтуїцію талановитої людини і вимагає розшифровки інтуїції та певної формалізації дій редактора, фіксування їх у вигляді твердих нормативних рекомендацій;

зосередження літературної творчості на підприємствах, в установах і науково-дослідних інститутах і в зв'язку з цим перенесення основної ваги у видавничій справі, що стосується наукової, технічної, науково-інформаційної та рекламної літератури, в науково-інформаційні та рекламні органи відповідних установ і галузей при передачі видавництвам лише функцій контролю перед виданням;

велике місце в роботі редактора займають документи, що не публікуються, зокрема звіти з наукових та конструкторських робіт, що (як показує досвід деяких відділів науково-технічної інформації) скорочує обсяг звітів приблизно наполовину.

Особливо дискусійними у цих твердженнях є положення про перенесення основної редакторської діяльності у відділи науково-технічної інформації та рекламні підрозділи, а також потреба в стандартизації наукового і технічного документа. Тому ми й зупинимось на цих двох питаннях більш докладно.

2. В умовах масового авторства деякі корінні принципи діяльності видавництва починають суперечити потребам створення нової інформації. Видавництво повинно, як правило, приймати кваліфіковано в усіх відношеннях виконані рукописи — далеко не кожний розробник, який досяг цінних результатів, здатний створити такий рукопис. Видавництво повинно оцінити й допомогти авторові поліпшити рукопис, створювати ж його разом з автором воно може лише в обмеженій кількості випадків, — інакше йому доведеться збільшити штати і відмовитися від планування видавничої діяльності та виконання плану.

Видавництво все менше може забезпечити кваліфіковане спеціальне редагування — у зв'язку з диференціацією наук і наукових напрямів, що посилюється. Цього можна було б досягти лише шляхом економічно не виправданого збільшення штату видавничих редакторів, які б певну частину свого часу були не завантажені. У деяких випадках назви виробів, нові терміни, формулювання затверджені ГОСТами, технічними умовами, зафіксовані патентними описами, тому втручання редактора уже неможливе, хоч потреба в такому втручанні відчувається.

Одночасно саме видавництва лишаяються тими центрами, які можуть найкраще виконувати контрольні функції щодо змісту і форми видання, здатні забезпечити його книжкову культуру. На цьому, мабуть, і повинні бути зосереджені їхні зусилля. Решта ж завдань краще може бути вирішена безпосередньо там, де створюється нова інформація.

В останньому випадку можуть бути кваліфіковано вирішені такі питання, які практично не можуть розв'язати ні видавництва, ні редакції галузевих журналів, а саме:

- управління літературною творчістю та правильне визначення жанру документа, який відповідає наявній інформації;

- співучасть редактора у створенні документа, з урахуванням того, що це робочий інструмент спеціаліста;

- здійснення правки-переробки, від якої у видавництвах давно і справедливо намагаються відмовитись;

- кваліфіковане спеціальне редагування, здійснюване людиною, озброєною специфічними редакторськими знаннями, яка має смак до редагування та відповідний досвід (адже в умовах роботи з рукописами за планом однієї установи або її підрозділу найшвидше відбувається спеціалізація редактора), при повному завантаженні такої людини, оскільки вона редагуватиме також неопубліковані документи й (у разі потреби) ділову кореспонденцію установи;

- усунення некваліфікованого називання виробів, некваліфікованої щодо форми підготовки ГОСТів і ТУ;

- створення перепон на шляху зайвої терміновості тощо.

Коротко кажучи, буде усунений існуючий тепер розрив між ланками створення інформації та обробки її.

Все це сприятиме також усуненню існуючого поки що неприродного розриву громадської діяльності та роботи над обробкою тексту, властивого багатьом редакторам. І редактор видавництва, і редактор у відділі НТІ і реклами матимуть свої сфери, в яких кваліфіковано виступатимуть як громадські діячі.

Такі аргументи на користь неминучості перенесення основної ваги у справі обробки первинного наукового документа (не кажучи вже про вторинний, де є свої особливості) саме на підприємство, в установу або НДІ.

3. Основні заперечення проти вимоги стандартизації пов'язані, на наш погляд, з метафізичним доведенням цієї вимоги до абсурду з тим, щоб потім заперечити її («не можуть же всі документи бути однакові»). Друга група заперечень пов'язана з тим твердженням, що «стиль — це людина», а «система інформації» завжди прагнула різноманітності й свободи форми.

Почнемо з другої групи заперечень. З ними мав справу ще д'Аламбер, коли у своїй статті «Красномовство» в «Енциклопедії» зазначав, що основне заперечення проти риторики полягає в тому, що зльоти генія правилам не підлягають, і додавав, що поряд зі зльотами навіть у геніальних творах існують місця, написані з холодним розумом, і тут правила риторики вступають у свої права. В умовах масового авторства, коли автором стає по суті кожен розробник, влада норм стає тим більш природною. Що ж до невластивої для «системи інформації» стандартизації форми, то створення риторик в найрізноманітніші періоди історії є найяскравішим проявом тенденції до стандартизації.

Перша група заперечень, як уже було сказано, передбачає метафізичний підхід до стандарту в літературній справі, який заперечував В. І. Ленін у своїй статті «Партійна організація і партійна література». Він (такий підхід) не враховує діалектики єдиного і загального. Зрештою, і науково-популярна література має свій стандарт: популярний письменник починає із близьких читачеві, загальновідомих фактів і веде його далі до основних загальних положень цієї науки. Більшість статей В. І. Леніна в «Правді» 1912—1914 рр. побудована за класичною схемою логічного доказу. Я навмисне беру такі, за самою своєю природою далекі від стандарту, явища. Коли ж говорити, скажімо, про рекламний документ, то для нього давно вже існують схеми побудови, засновані на послідовності функціональної призначеності елементів документа: увага—інтерес—виклад—заклик до дії тощо. І теоретики реклами твердять (подібно до д'Аламбера), що відхилення від цієї схеми вестиме або до геніального відкриття, або — в переважній більшості випадків — до невдачі.

Таким чином, стандартизація передусім стосується послідовності частин документа залежно від їх функціонального призначення, хоч на інших рівнях (термін, будова речення) вона й буває більш імперативна. В літературній справі найбільш яскраво відбивається діалектична єдність обов'язковості стандарту і вимоги доцільності його застосування. Накладаючи стандарт на документ, редактор встановлює наявні в автора відхилення від стандарту і оцінює разом з автором доцільність і виправданість цих відхилень. Для того щоб система стандартів наукових документів була більш гнучкою, доцільним є вироблення великої кількості стандартів (типів) документів, максимально пристосованих до конкретних завдань. До речі, у свій час такий шлях проробила риторика, що ж до її заперечування в певний час, то воно цілком укладається в діалектичні уявлення про процес розвитку явищ.

4. Таке застосування стандартів документів, як і всі інші раніше згадані нові явища в галузі комунікації взагалі, а наукової комунікації особливо, неминуче вимагає нової підготовки редактора. Редактор повинен добре розумітися на закономірностях інформаційних процесів взагалі та інформаційних процесів у тій галузі, де він працює, зокрема у тому, як відбувається комунікація через різні типи каналів зв'язку, за допомогою різних типів документів, у процесах авторської творчості та читацького сприйняття. Як виявилось на Новосибірському симпозиумі «Теорія і практика науково-технічної інформації», згадані проблеми належать до найбільш актуальних в інформатиці і розробляються різними методами (і з різною термінологією) в ряді наукових центрів — у Комісії з документалістики Наукової ради з комплексної проблеми «Кібернетика» АН СРСР, в Далекосхідному університеті, в редакції збірника «Електроніка».

Вивчаються вони і в Українському поліграфічному інституті у зв'язку з підготовкою кадрів редакторів науково-технічної інформації та рекламної літератури. Тут розроблено комплекс дисциплін, які, на наш погляд, забезпечують підготовку кваліфікованих редакційних працівників для установ науково-технічної інформації та рекламних відділів,

де, як показано, буде зосереджено основний тягар редакційної роботи в найбільших за обсягом потоках літератури.

5. Пропозиції готувати редакторів з людей, які не є фахівцями в певній галузі науки і техніки, зустрічають ряд заперечень.

Адже основне полягає у тій безперечній істині, що редагувати роботу, зміст якої не розумієш добре, неможливо. При цьому не береться до уваги те, що, по-перше, різні типи редагування вимагають різного ступеня розуміння тексту (наприклад, редакційно-технічна обробка допускає іноді поверхове, більш ніж дилетантське розуміння); по-друге, вузівська підготовка є далеко не єдиним джерелом одержання знань; по-третє, розуміння законів наукової комунікації та перебігу комунікативних процесів також вимагає спеціальної підготовки на рівні вищої школи. Нарешті, по-четверте, що, мабуть, найголовніше,— неможливо добитись такого стану, щоб мати у видавництві постійно завантажених редакторів-фахівців в кожному напрямі наукових досліджень, особливо в наш час взаємопроникнення наукових і технічних дисциплін.

Досвід минулого показав, що можлива підготовка редактора як з інженера, так і з філолога. Але в обох випадках це шлях недосконалий, коли губляться набуті знання, ламається стереотип спеціаліста тощо, а спеціаліст довго і не завжди повно оволодіває власне редакторськими знаннями, вміннями, психологічною настроєністю. Тому оптимальною нам здається підготовка і не «лірика», і не «фізика», з певним ухилом в бік «фізики». Точніше кажучи, редактором НТІ та реклами повинна бути людина з загальнотехнічною (але не вузько спеціальною) підготовкою, з спеціальною підготовкою в галузі інформаційних процесів (наукової комунікації), редагування та пов'язаних з ним лінгвістичних дисциплін.

У цьому відношенні нам здається вдалим поєднання в підготовці редактора згадуваного профілю науково-технічної інформації і реклами. З одного боку, НТІ і реклама знаходяться ніби на різних полюсах інформаційного процесу: НТІ звертається до спеціаліста, безумовно, зацікавленого в пропонованому йому матеріалі (інша справа, що матеріал цей потім може виявитись і непотрібним), реклама — до людини, яка дуже часто байдужа до цього тексту (хоч він і може виявитись надзвичайно цінним); НТІ має на меті поповнити знання змістовним матеріалом, реклама ж у ряді випадків дає лише поштовх до дії, купівлі товару (не завжди турбуючись, щоб вона була достатньо обміркована і обгрунтована). Вивчення протилежних полюсів комунікативного процесу дає змогу краще опанувати діалектику його, вільніше почувати себе з його явищами, більш обдуманно використовуючи стандарти інформаційних документів.

З другого боку, НТІ і реклама мають багато спільного, коли йдеться про промислову рекламу та про товарно-супровідну документацію, яка становить, і певно, й надалі становитиме переважаючу частину видань, що випускаються рекламними видавничими організаціями нашої країни. Рекламний документ є одним з джерел інформації; науково-технічна інформація, аж до підготовки кадрів включно, прокладає шлях новим товарам. Таким чином, спеціаліст, в тому числі й редактор в галузі НТІ, який не знає закономірностей реклами, недосконалий; так само, зрештою, як не лише недосконалий, а й просто неможливий редактор рекламної літератури, не знайомий із закономірностями НТІ.

УПІ має на меті ввести ще й курс ділової кореспонденції, який не лише буде практично корисним, але й дасть можливість фахівцеві повніше розуміти деталі комунікативного процесу.

6. Поки що підготовка редакторів здійснюється за спеціальністю «Журналістика», але пропонована навчальним планом сітка предметів та годин на них явно незадовільна. Зайвими виявляються літературознавчі та журналістські дисципліни. В навчальному плані спеціальності

не передбачені такі дисципліни, як «Технічне і художнє редагування», «Технологія поліграфічного виробництва», «Множувальна техніка», і їх доводиться вводити за рахунок резервів плану. Це тоді, коли практично підготовка редактора для НТІ і реклами без таких знань просто неможлива. Проте це лише один і, мабуть, не найяскравіший приклад невідповідності спеціальності «Журналістика» потребам підготовки редакторів для НТІ і реклами.

Які ж дисципліни, поряд з тільки-но згаданими, становлять специфіку нової за самою своєю суттю спеціальності?

«Теорія і практика редагування» — курс, в який порівняно з існуючою програмою, створеною в МПІ, одночасно з додатками, обумовленими специфікою республіки — досвід українських редакторів, організація видавничої справи на Україні тощо, — внесено й зміни іншого плану: докладно розглядаються особливості видань за їх цільовим і читачьким призначенням, подано розділ, присвячений редагуванню реклами, передбачено докладний розгляд редагування окремих видів наукових і науково-інформаційних документів, велике місце надається аналізу тексту.

«Літературне редагування» — дисципліна, яка розвивається на стику лінгвістики (психолінгвістики і стилістики) та теорії і практики редагування. Вона вивчає процес створення та сприйняття тексту з точки зору редагування. Теоретичною основою її є діалектико-матеріалістичний підхід до слова й тексту з урахуванням суперечності єдиного і загального. Літературне редагування, яке, на нашу думку, повинно стати своєрідною сучасною риторикою, є дуже важливим в галузі інформаційній та рекламній, де на перший план особливо чітко виходять інтереси читача і деякі вимоги стандартизації.

«Основи промислового виробництва» — комплексний курс, що охоплює провідні питання теорії машин, механіки та електроніки і вводить студента в коло основних понять сучасної техніки.

«Технічна документація і стандарти» — курс, який знайомить з основами стандартизації та ГОСТами на оформлення — мовне і, головне, графічне — експлуатаційних документів. Треба сказати, що на введенні цього курсу особливо наполягали видавці, безпосередньо пов'язані з випуском товаросупровідної документації.

У курсі «Промислова і торгова реклама» особлива увага приділяється економічним, соціологічним та психологічним проблемам, засобам психологічного впливу на споживача, завданням вивчення ринку тощо.

В курсі «Інформатика» центральним стало питання про документ та його типологію.

Курс «Науково-технічна термінологія» повинен, на нашу думку, бути побудований не лише на логічній, а й на лінгвістичній основі, що дозволить навчити редактора більш реалістичному ставленню до предмета.

FELLER M. D.

## THE EDITORS PROFESSION UNDER CONDITIONS OF SCIENTIFIC-TECHNICAL REVOLUTION

(An editor at an enterprise, at an institution, at an research institute)

### Summary

The phenomena born by scientific-technical revolution in the sphere of scientific and technical documents preparing are considered; the mass authorship; the tasks of the document making; the converting of the scientific, technical and the like documents into the working tool, and hence the requirement of their standartization. The need of the editor's participation immediately in the process of creating information at the enterprise is shown.

The range of the branches of science determining the specialization of the editorial faculty graduates in the information and advertisement at Ukrainian Polygraphical Institute named after I. Fedorov is described.