

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

Циклова комісія з видавничої справи, культури та української філології

ДИПЛОМНА РОБОТА

**«РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧА ПІДГОТОВКА ПЕРЕВИДАННЯ
ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ (НА ПРИКЛАДІ ТВОРУ
І. НЕЧУЯ-ЛЕВИЦЬКОГО «МИКОЛА ДЖЕРЯ»)»**

студентки IV курсу
групи ВСРфмб-1-21-4.0д
спеціальності 061 Журналістика
освітньо-професійної програми
«Видавнича справа та редагування»
освітньо-професійного ступеня
«фаховий молодший бакалавр»
Седової Дар'ї Дмитрівни
Керівник: Тетяна ФОКІНА,
канд. пед. наук

Рекомендовано до захисту
ЦК з видавничої справи,
культури та української філології
Протокол від «__» _____
2025 р. № _____
Голова ЦК _____ Олена ГРУЗДЬОВА

Захищено «__» _____ 2025 р.
Оцінка _____

Оцінка за стобальною шкалою, рейтингова оцінка

Протокол ЕК від «__» _____ 2025 р.
№ _____

Голова ЕК _____ Микола АНДРІЙЧУК,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри видавничої справи та
редагування Національного технічного
університету України «Київський
політехнічний інститут імені Ігоря
Сікорського»

ЗМІСТ

ВСТУП	03
РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДАНЬ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ	05
1.1 Поняття художнього видання	05
1.2 Типологічна характеристика видань художньої літератури	07
1.3 Характеристика цільової аудиторії видань художньої літератури..	13
1.4 Аналіз українського видавничого ринку художніх видань	14
Висновки до розділу 1	22
РОЗДІЛ 2 РОБОТА РЕДАКТОРА З ТЕКСТОМ І ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНИМ ОФОРМЛЕННЯМ ПЕРЕВИДАННЯ	24
2.1 Загальна характеристика перевидань художньої літератури	24
2.2 Критерії відбору текстів для перевидання художньої літератури ..	28
2.3 Специфіка роботи над ілюстраціями, версткою та шрифтами для перевидання художньої літератури	32
2.4 Композиційна організація перевидань художньої літератури	39
Висновки до розділу 2	42
РОЗДІЛ 3 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЄКТУ – ПЕРЕВИДАННЯ ПОВІСТІ І. С. НЕЧУЯ-ЛЕВИЦЬКОГО «МИКОЛА ДЖЕРЯ»)	44
3.1 Загальна характеристика концепції проєкту	44
3.2 Особливості художньо-технічного оформлення проєкту	46
3.3 Просування та способи розповсюдження видання на ринку	49
Висновки до розділу 3	51
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57
ДОДАТКИ	65

ВСТУП

Актуальність дослідження. На сучасному книжковому ринку існує різноманіття жанрів, однак художня література залишається найпопулярнішою серед читачів достатньо тривалий час. По-перше, за допомогою художньої літератури відбувається міжкультурна комунікація. По-друге, видання такого виду літератури допомагає зберігати літературну спадщину країни, підвищує національну ідентичність та сприяє національному вихованню.

Робота над підготовкою перевидань художньої літератури потребує фахових знань та навичок. Редакційно-видавнича підготовка видання має вагомим значення для того, щоб випустити книгу у світ. Без редакційно-видавничих етапів видання буде неякісним та незатребуваним на ринку. Важливим є й художньо-технічне оформлення, до якого відносять: верстку, шрифти, ілюстрації тощо. Головною метою є осучаснення оформлення та, за необхідністю, тексту, щоб видання було адаптованим до сучасної аудиторії.

Обрана тема актуальна, оскільки під час повномасштабного вторгнення українська класична література почала все більше цікавити громадян України. Пережитий досвід предків допомагає підтримувати бойовий дух, підвищує свідомість боротьби за Україну та зображує силу українців. Під час війни художня література допомагає відволіктися, сприяє саморефлексії та підтримує психологічну стійкість, яка необхідна наразі кожному.

Об'єкт дослідження: художні видання.

Предмет дослідження: аналіз редакторських підходів і процесів, що стосуються розробки перевидання художнього видання.

Мета: визначення особливостей редакційно-видавничої підготовки перевидань художньої літератури.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань:**

- вивчити поняття художнього видання;
- дослідити український видавничий ринок художніх видань;

- зробити загальну характеристику перевидань та виокремити критерії відбору текстів для перевидання;
- проаналізувати критерії оформлення, ілюстрування, шрифтів та верстки перевидання;
- розробити практичну частину дипломної роботи — перевидання.

Теоретичне значення. У дипломній роботі опрацьовано та обґрунтовано поняття художнього видання, наведено типологічну характеристику, проаналізовано український ринок та цільову аудиторію художніх видань. Окремо проаналізовано роботу редактора над текстом та художньо-технічним оформленням, а саме наведено загальну характеристику перевидань, відбір текстів для перевидання, композиційну організацію художньої літератури та роботу над ілюстраціями, версткою та шрифтами, та всі етапи роботи над створенням проєкту.

Практичне значення. Практичне значення отриманих результатів дипломної роботи полягає у можливості використання матеріалів для видавців, редакторів, журналістів, а також для викладачів відповідних фахових дисциплін. Проведене дослідження може мати практичну значущість для викладання дисциплін спеціальності 061 Журналістика освітньо-професійної програми «Видавнича справа та редагування». Дипломна робота може слугувати для майбутніх досліджень редакційно-видавничої підготовки перевидання художньої літератури.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (69), додатків (3). Загальний обсяг сторінок — 67, з них основного тексту — 54.

РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДАНЬ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1.1 Поняття художнього видання

Художня література посідає важливе місце в культурі ще з розвитку книгодрукування, з її допомогою формуються естетичні, моральні та суспільні цінності різних епох. Видавнича справа, як одна з головних галузей культури, забезпечує доступ до художніх творів, опублікованих у різних формах та типах. До художніх видань відносять всі твори з літературно-художньою цінністю, наприклад, вірші, романи, новели, повісті та інші.

У ДСТУ 3017:2015 Інформація та документація. Видання. Основні види зазначено таке визначення: «Літературно-художнє видання — це видання, що містить твір (твори) художньої літератури. До літературно-художніх видань належать видання, що містять літературні твори таких жанрів: прозові, поетичні, драматичні, фольклорні, а також документально-художні, художньо-публіцистичні, мемуарні твори» [1].

Основна мета художнього видання полягає в донесенні до читача естетичного досвіду, відображення певних емоцій, почуттів і цінностей через мову і стиль авторського письма.

Літературно-художні видання, як і інші, мають свої функції. До них відносять:

естетичну. Ця функція художніх видань надає читачеві можливість поєднати емоційне з інтелектуальним. Реципієнти не лише отримують нову інформацію, але й емоції, через що їхній рівень емоційної напруженості стає меншим, та вони можуть відволіктися від негативного, натомість отримати нові, позитивні враження;

виховну. Головною метою цієї функції є формування цінностей, набуття досвіду через прочитання історії героїв. Зазвичай книги пишуть на основі прожитих/почутих ситуацій, саме тому завдяки з'являється можливість

дізнатися про можливі ситуації у майбутньому, або ж допомогти пережити події, які вже відбулися. Також таким чином відбувається комунікація між читачем та автором, між різними епохами. Художня література не повчає, а лише зображує різні кути однієї ситуації, тому у реципієнтів ще й формується критичне мислення;

пізнавальну. За допомогою пізнавальної функції реципієнти збагачуються новими знаннями, інформація подається просто та цікаво, без складних термінів, тому запам'ятати про історію, біографію, культуру тощо буде не тільки легко, але й цікаво;

духовнотворчу. Функція відповідає за духовні знання, а саме пізнання свого власного «Я», почуттів, емоцій тощо. Прочитавши сотні архетипів людей, реципієнти здатні краще не тільки розуміти інших, але й, в першу чергу, чути себе та свої бажання [35].

Існують критерії за якими визначається художність текстів. Насамперед потрібно оцінити єдність форми та змісту. Ці складові мають логічно поєднуватися між собою, щоб донести реципієнту головну ідею твору. Не менш важливим критерієм є цілісність твору. Весь текст має ґрунтуватися на спільній ідеї, навіть якщо у творі декілька тем, різні персонажі, місця, вони повинні мати сенс для головної мети твору. У художніх текстах навіть найдрібніші деталі мають вагоме значення для повного розуміння книги. Художній текст завжди має індивідуальний стиль автора, це гарантує впізнаваність та оригінальність на ринку. Наступним критерієм є художня правда, це означає, що текст має бути правдивим, а у випадку іншого світогляду автора потрібно відтворити текст таким чином, щоб читач усвідомлював це. Останнім, що вирізняє художній текст, є емоційність, оскільки такий вид літератури містить виразні художні засоби, що емоційно впливають на реципієнта [9, с.10-12].

Отже, проаналізувавши ці критерії, можна визначити літературну цінність твору та художність тексту. Для видання такого виду літератури це є

обов'язковим, оскільки головною метою кожного видавництва є видання якісної літератури, яка матиме вплив на читачів.

Редактори на початку своєї кар'єри часто помилково вважають, що редагування художніх текстів відбувається легко, виходячи з припущення, нібито достатньо бездоганного знання мови та норм. Проте складність та специфіка роботи редактора над подібними текстами обумовлена унікальними типологічними рисами кожного окремого літературного твору. Тому, аби успішно впоратися з цим відповідальним завданням, редакторів необхідно не тільки володіти фаховими вміннями, але й вміти вільно класифікувати художні твори та глибоко розуміти особливості літературної творчості [54, с. 313-314].

Випуск художньої літератури — це складний багатогранний процес, що потребує ретельного аналізу різних факторів. Жанрове різноманіття, естетичні стандарти та вплив технологічного прогресу — лише деякі з ключових елементів, що формують сучасний ринок художньої видавничої продукції.

Художнє видання можна класифікувати також за форматом публікації, який традиційно представлений друкованими копіями (паперові книги) або електронними форматами (аудіо, електронні книги). В умовах сучасного цифрового поширення інформації електронні художні видання набувають все більшого значення, що суттєво впливає на характер взаємодії читача з текстом і призводить до трансформації традиційного способу сприйняття літератури. Однією з основних переваг електронних книг є спрощення їх оновлення порівняно з друкованими виданнями [47].

1.2 Типологічна характеристика видань художньої літератури

Типологічні характеристики видань художньої літератури, а також їх жанри мають важливе значення у видавничій практиці. Щоб якісно

опрацювати авторський оригінал, редактор має чітко розуміти, з яким видом літератури він працює. Робота залежить від жанру, оскільки кожний різновид має свої особливості та тонкощі. До цього ж, ці фактори спрощують реципієнтам процес обрання книги. Саме тому як в онлайн-, так і офлайн-книгарнях та сайтах видавництв є розподілення по жанрам.

За визначенням української філологині Н. Бернадської, «Жанр у літературі — це художнє ціле, у якому взаємодіють домінантні (тематичні, сюжетно-композиційні, мовні) та змінні ознаки (гнучкі й варіативні елементи структури)» [10].

Водночас, у словнику літературознавчих термінів наводять таке визначення: «Літературний жанр (фр. *genre* — рід, вид) — тип літературного твору, один із головних елементів систематизації літературного матеріалу, класифікує літературні твори за типами їх поетичної структури» [34].

Видавництво «Woodhead Publishing» Великої Британії на своєму сайті зазначає, що «Жанр у літературі — це класифікація літературного твору за його формою, змістом і стилем на такі категорії, як поезія, драма, художня література та нон-фікшн. На основі цього літературу можна далі класифікувати на піджанри» [69].

Жанрова типологія сформувалася ще в античності, коли Аристотель запропонував класифікацію літературних форм, виокремивши лірику, драму та епос. Ці жанри є базовими і для сучасної літератури. Французький науковець Філіп Ван Тігем у XX столітті запровадив науку про літературні жанри, яка отримала назву «генологія». Визначити літературний жанр можна за такими критеріями: з позиції способів наслідування дійсності (за Аристотелем), типів змісту (згідно з поглядами Ф. Шиллера, Ф. Шеллінга), категорій гносеології, тобто співвідношення об'єктивного і суб'єктивного (у концепції Г. Гегеля), формальних ознак (за підходом А. М. Веселовського), а також психологічних аспектів (у трактуванні Е. Штайгера) [7, с. 1]. Популярність жанрів змінюється залежно від історичної епохи, а оскільки жанрова приналежність впливає на структуру видання, то існують

різноманітні способи оформлення тексту. На відміну від жанрів, типологічні особливості твору визначають його композиційну будову, цільову аудиторію та призначення, а також форму публікації, котра може бути реалізована як моновидання (окремий твір), збірки (сукупність кількох творів, які об'єднані спільною тематикою), антології (добірки творів певного жанру від різних авторів) або багатотомні видання (твори, тотожні за змістом, подані в кількох томах).

В Україні також спостерігаються жанрові зміни, на це вплинули: запровадження Валуєвського циркуляру та Емського указу, доба «розстріляного відродження», а також взаємодія із європейськими літературними напрямками тощо.

Фольклор став основоположним чинником формування сучасних літературних жанрів. Як найдавніший етап розвитку словесної творчості, він реалізовувався переважно в усній формі. За допомогою фольклору народ виражав власні погляди на світ, відображали аспекти свого побуту й традицій, передаючи цей досвід майбутнім поколінням. Традиційно фольклор має такі жанри, як легенди, приказки, балади, прислів'я та інші [39, с.10-13].

Давньоукраїнська література мала такі жанри: літописи, повчання, апокрифи, житія, трактати, послання, містерії, міраклі, мораліте, слова тощо [16]. Витоки давньоукраїнської літератури пов'язують з Остромировим Євангелієм, а першим літописом прийнято вважати «Повість минулих літ» Нестора Літописця. Водночас, першим твором, написаним українською літературною мовою, є «Енеїда» Івана Котляревського.

Оскільки станом на сьогодні немає однієї затвердженої жанрової класифікації художніх творів, то використовують таку:

Епос: оповідання, повісті, притчі, романи, новели, казки.

Лірика: поезії, думи, сонети, балади.

Драма: трагедія, комедія, трагікомедія інші [25, с. 8-11].

Також є видавнича типологія художніх творів.

Під час типології видань послуговуються двома основними критеріями: складом текстового матеріалу та цільовим призначенням.

Український науковець М. Тимошик у виданні «Книга для автора, редактора та видавця» надає таку класифікацію залежно від складу тексту художньої літератури:

- моновидання (які містять окремий твір конкретного автора);
- збірники (альманахи, антології);
- літературно-художні журнали;
- вибрані твори (в одному або двох томах);
- зібрання творів (в багатьох томах) [54, с. 314-315].

При роботі потрібно проаналізувати склад тексту, щоб забезпечити необхідну структуру, що стосується певного виду художньої літератури.

Класифікація за цільовим призначенням:

масові — найпопулярніший вид видань, оскільки мають широку аудиторію. Для прочитання такого типу не потрібна спеціальна фахова підготовка, оскільки вони розраховані на естетичне задоволення. Такі книги часто стають бестселерами через свою популярність серед реципієнтів, тому їх видають великим накладом. Прикладом слугують романи, збірки віршів, повісті тощо;

науково-популярні — вид художньої літератури, який не потребує високої підготовки реципієнта, тому що написаний у простішій формі, ніж наукові. Проте порівняно з масовим має вищий ступінь розумового навантаження, метою такого виду є глибше розуміння певних фактів та розширення світогляду. Науково-популярні видання мають короткі вступні статті та примітки;

наукові — цей різновид орієнтований на підготовлених читачів, наприклад, фахівців, тому зазвичай наклад таких видань невеликий. У виданні міститься довідковий апарат, куди входять вступні статті, коментарі, примітки тощо. Прикладом такого виду літератури може слугувати академічне зібрання творів [54, с. 315].

Від цільового призначення видання залежить і вибір структури. Наприклад, наукові видання потребують розширених передмови та післямови, детального довідкового апарату (бібліографічні посилання, виноски, коментарі та інше), зважаючи на те, що їхньою цільовою аудиторією є реципієнти зі знаннями в цій галузі, які прагнуть до поглибленого розуміння. На відміну від них, для видань, які охоплюють широке кола читачів, досить короткого вступу й приміток до специфічних чи маловідомих термінів. Ця різниця пояснюється тим, що функція таких видань здебільшого пов'язана з розважальним читанням, а не отриманням знань.

Художньо-технічне оформлення також залежить від цільового призначення. Наприклад, серед масової літератури оформлення відіграє ключову роль, через що існує різноманітність його реалізації — від бюджетних до колекційних форматів. Таке оформлення передбачає тиснення, використання високоякісного паперу, розміщення оригінальних авторських ілюстрацій, наявність лясе, суперобкладинки тощо. А для наукових видань найважливішим є зміст, тому витрати на оформлення, зазвичай, зводять до мінімуму. Як результат, наукові видання часто характеризуються стриманим і лаконічним дизайном, без надмірної візуальної виразності, оскільки вони розраховані на тривале використання, і якість важливіша за естетичну привабливість. Науково-популярні видання посідають проміжне місце між цими двома типами. Їхнє оформлення менш стримане, ніж у наукових, але й не таке візуально насичене, як у масовій літературі. Для цієї категорії характерне використання паперу середньої якості, твердих палітурок та ілюстрацій з вищим рівнем художньої виразності [35].

Художню літературу можна розмежувати на масову та елітарну, ці види відрізняються метою. Масова література — це та, яка не потребує певного рівня підготовки реципієнта, щоб зрозуміти написане, головною метою такої літератури є задоволення та відпочинок. До масової літератури відносять легкі романи зі щасливим кінцем, фентезі, бойовики, комікси тощо. Водночас елітарна література потребує попередньої підготовки, пересічні читачі не

зрозуміють, що саме хотів донести автор. Прикладом елітарної літератури є драматургія, філософська лірика тощо. Такі книги потребують уважного читання [18].

Характерними ознаками елітарної літератури є:

1. Філософія. Зазвичай тематика такої літератури філософська, автор прагне, щоб читач сам знайшов відповіді на поставлені питання, тому такі книги спонукають до роздумів.
2. Міжтекстовість. Автори часто спираються на міфологію, твори інших письменників, а також історію, саме тому для такої літератури у реципієнта має бути попередня база знань.
3. Своєрідний стиль. Ще одна ознака, яка вирізняє цей вид, елітарна література може поєднувати в собі різні стилі.
4. Інтерпретація. Кожен реципієнт розуміє таку літературу по-різному, немає єдино правильного варіанту, найголовніше, щоб сама людина знайшла для себе потрібну їй відповідь [64].

Прикладами української елітарної літератури є драматургія Лесі Українки, твори Євгена Плужника та Максима Рильського, філософська лірика Івана Франка, поезія останніх років Тараса Шевченка [18].

Можна зробити висновок, що художні видання мають вагоме значення для розвитку суспільства. Незалежно від жанру, складу основного тексту та цільового призначення художньої літератури, їх об'єднує одне — естетична та художня цінність. Жанрова класифікація залишається незмінною з давніх часів. У свою чергу, редактори мають розумітися на роботі із жанрами та їх характеристиками, оскільки без цих знань видати дійсно якісне видання неможливо. Знання щодо жанрових характеристик допомагають і реципієнтам, таким чином набагато легше обрати книгу для прочитання, особливо коли йдеться про бажання прочитати конкретний вид літератури.

1.3 Характеристика цільової аудиторії видань художньої літератури

Важливість характеристики цільової аудиторії обумовлена тим, що без аналізу неможливо випустити видання, яке буде затребуваним. Створення портрету цільової аудиторії полегшує низку питань щодо оформлення. Наприклад, оформлення самого видання, його концепція, ідея, стиль мови тощо. Видання оформлюють згідно із запитами аудиторії, оскільки ця книжкова продукція і створюється для них, щоб закрити запити реципієнтів, подарувати насолоду при прочитанні.

Школа бізнесу «Нова пошта» зазначає, що «Цільова аудиторія — це саме ті люди, котрим потрібен продукт чи послуга компанії. Ця група людей, об'єднаних загальними ознаками, має схожі звички, спосіб життя, пріоритети та рівень доходів. Саме на них має бути налаштована рекламна компанія підприємства» [45].

Щоб сформувавши портрет цільової аудиторії слід проаналізувати такі критерії:

- стать;
- вік;
- рівень доходів;
- освіта;
- інтереси;
- цінності;
- смаки;
- потреби тощо.

Визначення цільової аудиторії при роботі над випуском книги допоможе легше та швидше просунути її. Тобто, знаючи, для кого видання, легше, перше, працювати над ним. Наприклад, готуючи любовний роман, одразу розуміємо, що реципієнти, які обирають тільки наукову літературу — не є нашими потенційними покупцями, тому при рекламній кампанії любовного роману слід опиратися саме на цільову аудиторію, яка читає романи. Якщо ж

планується просування книги через блогерів, то також варто знати і свою, і їхню цільову аудиторію, щоб видання потрапило до тієї людини, якій це цікаво та корисно. Також радитися щодо видання варто з тими людьми, які читають саме цей жанр, оскільки вони допоможуть удосконалити його, бо самі є цільовою аудиторією. Якщо ж критика зі сторони поціновувачів наукової літератури, то вона не має такої цінності, оскільки їм може не подобатися сам жанр, а не видання [14].

Проаналізуємо, як українські видавництва визначають свою цільову аудиторію. Яскравим прикладом є видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», яке визначає свою цільову аудиторію так: «від малят від 2 до 102» [11]. Видавництво не обмежується лише конкретною віковою категорією, оскільки воно велике, у асортименті є книжки для будь-кого. Більшість видавництв випускають різножанрову продукцію, щоб охопити якомога більше читачів. Однак, наприклад, для видавництва «Ранок», яке спеціалізується на навчальній та дитячій літературі, цільовою аудиторією є школярі та батьки. А для видавництва «Лабораторія» цільовою аудиторією є читачі, які цікавляться якісним нон-фікшном.

1.4 Аналіз українського видавничого ринку художніх видань

Після 2014 року український ринок художньої літератури зазнав значних трансформацій, викликаних низкою соціально-економічних і політичних факторів. Події Революції Гідності, початок збройного протистояння на Сході України, анексія Криму, пандемія COVID-19, а також повномасштабне вторгнення Росії на територію України стали могутніми поштовхами для змін у культурному просторі держави. Вказані обставини суттєво вплинули не лише на внутрішню читацьку аудиторію та її запити, а й на міжнародне позиціонування українських авторів і видавничих проєктів. До того ж, у галузі спостерігається переорієнтація мовної політики: збільшується потреба у

перекладах іноземної художньої літератури українською мовою, а від початку повномасштабної війни помітно активізувався інтерес до творів українських письменників.

Держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України. До 2014 року функціонування українського ринку художньої літератури відбувалося здебільшого в умовах мовного дуалізму: російськомовна продукція панувала у великих містах та у відсотковому співвідношенні мала значну частку, тоді як україномовні видання були зосереджені переважно в регіональних осередках. На діяльність видавництв помітно впливали економічні чинники, що зумовлювало низьку конкурентоспроможність українських авторів на міжнародній арені. Причинами цього були низький рівень перекладацького забезпечення та відсутність ефективної стратегії просування українських книжок за кордоном. Згідно з результатами дослідження «Становище української мови у 2014–2015 роках», проведеного «Простором свободи», українська мова занепадала: у 2014 році 55 % виданих книг було українською мовою, тоді як відповідний показник для газет складав 29,5 %, для журналів — 9,9 % [53].

Позитивні зміни щодо статусу української мови відбулися завдяки прийняттю Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» від 16 липня 2019 року [5], що стало важливим кроком у мовній політиці, особливо в культурній сфері. Вже у 2020 році частка книжкової продукції, випущеної українською, сягнула 76 %. Водночас, у зв'язку з глобальною пандемією COVID-19, відбулося значне скорочення загального тиражу книг — з 30 мільйонів до 9 мільйонів примірників [52]. Також у 2022 році ухвалено закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України» від 13.06.2022. Це допомагає не тільки не підтримувати економіку Росії, але й просувати українське [6].

Після суспільно-політичних подій спостерігається активний розвиток української книжкової індустрії, зокрема в сегменті художніх видань. Підвищився інтерес до національної літератури, культури та історії. Зміна пріоритетів читачів призвела до значного збільшення кількості україномовних публікацій. Такі видавництва, як «Книголав», «Фоліо», «ВСЛ» (Видавництво Старого Лева) та інші, активно просувають як сучасних українських авторів, так і переклади зарубіжної класики та бестселерів. Видавництва «Віхола», «Ще одну сторінку», «Vivat», «Видавництво РМ» та ін. почали видавати серії перевидань української класики [52].

У зв'язку з повномасштабним вторгненням книги стали дієвим інструментом для збереження ментального та психічного здоров'я. Як зазначає докторка педагогічних наук О. Федій: «Бібліотерапія — це самостійний багатофункціональний засіб естетотерапевтичного впливу, який використовує підтримувальний і лікувальний ефекти читання та слугує розвитку та вихованню людської особистості» [58].

У квітні 2023 року Український інститут майбутнього оприлюднив результати опитування під назвою «Практики читання під час війни», опитано 1200 людей. З цього спостерігаємо, як читання впливає на людей під час російсько-української війни: для 49 % опитаних «читання — це спосіб зберегти себе, особливо під час війни», 42 % респондентів відповіли, що «читання вчить ухвалювати кращі рішення, навіть у тяжких обставинах, тому необхідно розвивати цю навичку», 24 % вважають, що «читання української літератури є формою спротиву», для 21 % учасників опитування — «читання і купівля книжок є формою економічної підтримки української культури». Проте 27 % респондентів відповіли, що «під час війни не до книжок та довгих текстів». З результатів опитування можна зробити висновок, що читання допомагає відволіктися, розслабитися та краще зрозуміти свою культуру через українську літературу (рис. 1.4.1) [20].



Рис. 1.4.1. Ставлення до читання впродовж року війни

Значні трансформації спостерігаються не тільки у видавничій діяльності, а й у звичках реципієнтів. Відповідно до результатів дослідження «Підтримка промоції читання в Україні», здійсненого Українським інститутом книги від 12 жовтня 2023 року, у вибірці 2000 респондентів отримано такі результати:

17 % опитаних читають щодня, що на 9 % більше, ніж у 2020 році, а 19 % читають кілька разів на тиждень (рис. 1.4.2) [8].

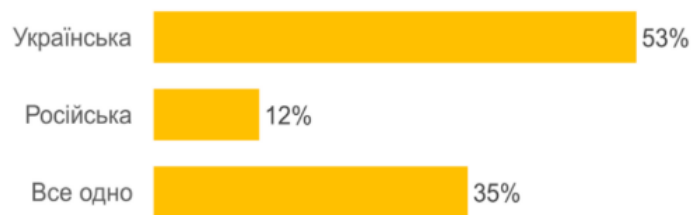


Рис. 1.4.2. Мова читання, 2023 р. відсоток респондентів 16+, які читають книжки

Серед відповідей на питання про те, що спонукає до читання, найбільше голосів було за те, що «просто подобається читати» — її вказали 42 % учасників опитування. Друга за популярністю причина — «для самовдосконалення, саморозвиток», зазначена у 41 % відповідей (рис. 1.4.3) [8].



Рис. 1.4.3. Причини читання книжок, 2023 р. відсоток респондентів 16+, які читають книжки хоча б кілька разів на місяць

Жанрові уподобання: сучасні романи — 15 %; фантастика та фентезі — 14 %; філософія та саморозвиток — 10 %; історична література — 8 %; класика — 7 % (рис. 1.4.4) [8].



Рис. 1.4.4. Жанри прочитаних книг, 2023 р. відсоток респондентів 16+

Вибір мови читання також змінився, маємо такі результати: українська — 54 %, що на 22 % більше, ніж за даними 2020 року; російська — 10 %, порівняно з 2020 роком відсоток зменшився на 17 %; все одно — 36 %, менше на 5 % за даними 2020 року (рис. 1.4.5) [8].

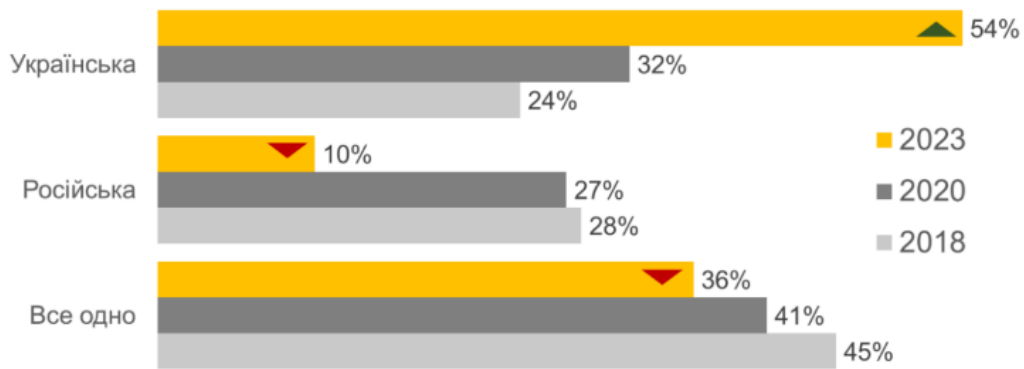


Рис. 1.4.5. Мова читання, 2023-2020-2018 рр. відсоток респондентів 16-59, які читають книжки

Український ринок продовжує розвиватися, з'являються нові українські видавництва, які видають високоякісно художню літературу. Їхня робота зосереджена на тому, щоб показати світові нових талановитих авторів, сприяти розвитку культурної просвіти. Також спостерігається розвиток книгарень, з 2023 року в Україні відкрилося понад 50 нових. Вони абсолютно різного формату, наразі це не просто місце, де можна придбати книгу, а й послухати презентацію нової книги разом із автором, редактором, видавцем тощо, обговорити прочитану книгу разом з однодумцями, часто проводяться читацькі клуби, а також випити каву, оскільки багато книгарень працює у форматі «книгарня-кав'ярня». Такі простори допомагають популяризувати читання, змотивувати більше людей до такого хобі та розвивати видавничу справу в Україні. Станом на 2024 рік, за даними Українського інституту книги, в Україні функціонує 461 книгарня [42].

За фінансовими показниками український ринок значно виріс. Порівнюючи 2023 та 2024 роки, маємо такі результати: вперше за всю історію існування українських видавництв було досягнуто позначку понад 1 млрд грн у 2024 році у КСД; Vivat збільшив виторг на 46,38 %; у видавництва BookChef прибуток збільшився на 42,5 % [60].

Для розвитку українського книговидавництва знаковою стала інтеграція українських видавництв у світовий простір. Українська література почала

активно презентуватися на міжнародних книжкових виставках, наприклад, Франкфуртський книжковий ярмарок, Міжнародний книжковий ярмарок у Варшаві, Болонський ярмарок, фестиваль «Світ книги» у Празі та інші. Це сприяло популяризації українських авторів на міжнародному рівні. Зростання кількості перекладів українських творів іноземними мовами підсилює їх видимість та конкурентоспроможність на світовому літературному ринку [38]. Окрім цього, українські видавництва продають свої права на книги за кордоном. До списку таких видавництв входять: «Видавництво Старого Лева» (67 назв), «Ранок» (52 назви), «Віват» (40 назв). Іноземці звертають увагу на літературу, що стосується російсько-української війни, культури України та її історії [19].

Сучасне українське книговидання має такі тенденції:

1. Зростання попиту на аудіо та електронні книги. Споживачі дедалі частіше обирають такий формат через зручність. Під час життя в країні, де йде війна, не завжди є можливість прочитати книгу вдома, тому на зміну фізичним книгам приходять аудіо та електронні. Споживати інформацію альтернативним методом набагато зручніше, адже споживач не прив'язаний до місця та часу.
2. Нові формати. Наразі на ринку існує безліч видань різного формату, вигляду та жанру. Це підвищує конкуренцію, тому щоб зацікавити сучасного реципієнта, слід використовувати свої оригінальні ідеї.
3. Самостійна публікація (self-publishing). Сьогодні, в епоху повної цифровізації, кожен автор отримує можливість самостійно опублікувати авторські роботи в інтернеті. З одного боку, через це видавництва втрачають нові замовлення, але з іншого, тепер кожен охочий може поділитися своєю творчістю не виходячи з дому. Потрапити у видавництво достатньо складно, але з платформами для самостійної публікації кожна авторська робота має змогу знайти свого читача.

4. Співпраця із цифровими платформами. Серед українських видавництв дедалі частіше спостерігається співпраця із платформами, що допомагає підвищити впізнаваність та популяризувати свою продукцію [26].

Однак, попри позитивні зміни, український книжковий ринок має низку економічних викликів. Через фінансову нестабільність у країні платоспроможність населення є основною проблемою. Наразі книги коштують дорого, тому особливо у регіонах вони є майже недоступними для людей.

Головні проблеми та виклики для видавничого ринку в Україні:

1. Низький рівень культури читання. На 2023 рік показник кількості книг на одну особу в Україні становить 0,32, що є відносно низьким порівняно з іншими країнами. Проте, щоб вирішити цю проблему, Кабінет Міністрів України схвалив розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року «Читання як життєва стратегія» та затвердження операційного плану її реалізації на 2023—2025 роки» від 03 березня 2023 року [46].

2. Економічна нестабільність. Книги значно подорожчали через підняття цін на друк та папір, така ситуація в усьому світі. Папір зараз у дефіциті, оскільки Китай скоротив експортування. Хоч ціна і обґрунтована, але це не допомагає українцям, які втратили свої домівки та роботу [49].

3. Пошкодження друкарень. Внаслідок ракетних атак з боку Російської Федерації багато приміщень українських видавництв, друкарень, бібліотек, типографій та складів зазнали ушкоджень або були повністю зруйновані. Наприклад, одна з найбільших друкарень «Фактор-друк», де друкували книжки багатьох українських видавництв, пошкоджена російськими ракетами [32].

Перспективи розвитку ринку художньої літератури пов'язані з посиленням заходів з промоції читання, розширенням асортименту україномовної художньої літератури та покращенням доступу до книжкової продукції через використання сучасних платформ, зокрема як традиційних,

так і онлайн-книгарень. Залучення інвестицій та фінансова підтримка з боку міжнародних грантових програм також відіграють ключову роль у забезпеченні сталого функціонування та розвитку галузі.

Таким чином, можна стверджувати, що хоч український книжковий ринок і має низку викликів, проте він стрімко розвивається. Українці все частіше обирають читати рідною мовою українських авторів. Фінансові показники за останні роки також показують позитивну динаміку, що відображує попит на таку продукцію. Не тільки сучасні автори, але й українські класики цікавлять українців. Читання допомагає зняти стрес, розслабитися, самовдосконалитися та навіть надихнути на дії. На українському ринку спостерігається попит на аудіо та електронні книги через їхню зручність, видавці придумують нові формати книг, платформи для самопублікації набирають з кожним днем все більшої популярності. Українські видавництва почали з'являтися у світовому просторі, брати участь у книжкових виставках за кордоном та продавати авторські права на українські книжки іноземним видавцям. Проте виклики для вітчизняного ринку залишаються, а саме: все ще низька культура читання, економічна нестабільність у країні та значні пошкодження приміщень з книгами через збройну агресію Росії. Саме тому ринок все ще потребує підтримки, щоб стабілізуватися не тільки в Україні, але й за кордоном.

Висновки до розділу 1.

Художня література має свої характерні риси, які виокремлюють її серед інших видів літератури. Головна мета художньої літератури — це задовольнити естетичну потребу реципієнтів. Такий вид літератури має свої функції, а саме: виховну, естетичну, пізнавальну та духовнотворчу.

Літературно-художні видання відрізняються широким тематичним, стильовим та жанровим розмаїттям — від класичних творів до сучасної прози, від реалізму до фантастики. Сучасні літературні жанри формувалися на основі фольклору. Жанри поділяються на епос, лірику та драму. Проте видавнича типологія художніх видань залежить від складу основного тексту, які мають

такі види: моновидання, збірники, літературно-художні журнали, вибрані твори та зібрання творів. А також від цільового призначення: масові, науково-популярні та наукові.

Для того, щоб видати затребувану книгу та просувати її після випуску, слід проаналізувати цільову аудиторію. Для аналізу слід дізнатися стать, вік, дохід, освіту, інтереси та потреби. Це допоможе визначитися з оформленням книги, способом викладу основного матеріалу, а також уникнути ситуації, коли видання залишиться непоміченим.

Сучасний ринок художньої літератури характеризується високою конкуренцією, тому видавництвам потрібно враховувати як художню цінність творів, так і їхній комерційний потенціал. Це стосується не тільки якості поліграфії та дизайну, але й ефективності маркетингових стратегій, спрямованих на промоцію видань серед широкої читацької аудиторії. Проаналізувавши український видавничий ринок майже всі українці з 2022 року почали читати українською, також більше цікавляться вітчизняними авторами, що розвиває українську видавничу діяльність.

Останнім часом спостерігається тенденція до цифровізації книговидавання та зростання популярності електронних форматів, що змінює підходи до створення та сприйняття художніх творів.

Отже, видання художньої літератури — це комплексний процес, який передбачає досягнення оптимального балансу між естетичними аспектами, змістовним наповненням та комерційною привабливістю. Для створення успішних та якісних видань видавцям необхідно враховувати сучасні ринкові тенденції, читацькі уподобання та культурну цінність твору.

РОЗДІЛ 2 РОБОТА РЕДАКТОРА З ТЕКСТОМ І ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНИМ ОФОРМЛЕННЯМ ПЕРЕВИДАННЯ

2.1 Загальна характеристика перевидань

Цікавість до літератури, яка вийшла понад сотні років, дедалі більше зростає, тому перевидання займають значну частку на видавничому ринку. Реципієнти все більше почали читати класичну літературу, оскільки така література перевірена часом та поколіннями. Класичні твори здатні повернути традиції, розвивають критичне мислення та навчають життєвим ситуаціям. Але доступ до таких видань часто повністю відсутній, тому що тиражі вже давно закінчилися, а іноді мова оригіналу не адаптована до сучасної. Тому, враховуючи цей аспект, видавництва все активніше займаються перевиданнями старих текстів, оскільки спостерігається попит на такі видання.

Спершу слід надати визначення поняттю «оригінал», щоб відзначити різницю між оригіналом та перевиданням. У ДСТУ 3003:2006: Технологія поліграфічних процесів: Терміни та визначення понять надається таке визначення: «Оригінал — це опрацьована й оформлена за встановленим порядком текстова та (чи) ілюстраційна інформація, призначена для поліграфічного відтворення» [4].

До видів оригіналів видання відносять:

Текстовий оригінал — у цьому оригіналу міститься інформація у вигляді тексту.

Ілюстраційний оригінал — оригінал, у якому розміщено інформацію про зображення.

Штриховий оригінал — цей оригінал пов'язаний з тими зображеннями, які створені зі штрихів, крапок та ліній, в таких зображеннях всі елементи однаково насичені.

Півтоновий оригінал — ще один вид ілюстраційного оригіналу, проте зображення в ньому різної насиченості, через що відбувається ефект градієнту.

Оригінал-макет для прямого відтворення — цей оригінал містить у собі текст, штрихові та (чи) півтонові ілюстрації і є вже готовим макетом для майбутнього видання.

Кодований оригінал — оригінал призначений для наступного відтворення за допомогою принтера, він зберігається на конкретному носії, наприклад, на жорсткому диску, магнітній стрічці тощо).

Відповідно до ДСТУ 3017:2015. «Видання. Основні види. Терміни та визначення», «Перевидання — це повторне видання зі змінами чи без них, яке вже було випущено цим видавцем» [1].

Однак, дослідники визначають термін «перевидання» інакше. В часи Радянського Союзу користувалися визначенням, запропонованим А. Мільчиним, який зазначав: «Перевидання — це повторний випуск видання, яке вже випускалося даним видавництвом». Однак, після здобуття Україною незалежності та в умовах розвитку вітчизняної видавничої справи, використовується тлумачення М. Тимошика, який у виданні «Книга для автора, редактора та видавця» наводить таке пояснення: «Перевидання — це кожне наступне видання випущеного раніше твору чи збірки творів, незалежно від часу, місця і видавця першого видання та змін у його змісті, структурі чи оформленні» [54, с. 350-351].

Водночас у Сполучених Штатах Америки перевидання історично пов'язувалося з повторним друком книг з уже готових відбитків, щоб зекономити на матеріалах та таким чином оптимізувати витрати. На сьогодні це поняття розширено. В англійському тлумачному словнику «Kollins», підкреслюється, що «Перевидання — це новий примірник книги або статті, надрукований через те, що попередні були продані або тому, що в оригінал були внесені незначні зміни» [67].

Різниця між новою редакцією книжки та перевиданням полягає у кількості змін у тексті. Перевидання здебільшого обмежується дрібними правками: виправленнями помилок, оновленням даних, але суть та зміст твору залишаються незмінними. На противагу цьому, нова редакція передбачає глибоке редагування тексту та переробку змісту, що принципово розрізняє ці два поняття. Об'єднує їх лиш те, що і перевидання, і нова редакція отримують новий ISBN, незалежно від попередніх публікацій, бо кожен з цих видів є новим видавничим продуктом [68].

Оскільки на сьогодні немає єдиної уніфікованої класифікації перевидань, дослідники пропонують свої класифікації.

Зокрема, А. Мільчин пропонує таку класифікацію:

перевидання;

повторне видання;

нове видання;

передрук (видання, здійснене іншим видавництвом).

Також існує класифікація, розроблена В. Шевченко та С. Водолазькою. Від інших вона відрізняється розподілом перевидання на дві основні групи: перевидання, які зазнають змін у процесі підготовки; перевидання, які не потребують змін.

Перевидання, які потребують змін:

- доповнене видання — до цього типу додається нова інформація до вже наявного тексту, проте обсяг доданої інформації не має перевищувати 23 % від обсягу попереднього видання;

- перероблене видання — такий вид перевидання зазнає змін у тексті, тому що може додатися важливий матеріал у великому обсязі або ж автор міг переглянути точку зору з приводу певних питань;

- виправлене видання — такі видання створені для того, щоб усунути помічені помилки з минулого тиражу;

- розширене видання — цей вид характерний додаванням нового матеріалу до основного тексту.

Перевидання без змін класифікують так:

- стереотипне видання — видання, яке відтворює оригінальний текст без змін;
- репринтне видання — видання, у якому зберігається і оригінальний текст, і оформлення;
- факсимільне видання — видання, яке передбачає точне відтворення всіх елементів оригінального варіанту, включаючи, шрифт, обкладинку, ілюстрації, тип паперу, формат та ін [12].

Зважаючи на те, що нині переважна більшість видавців користується класифікацією М. Тимошика, її можливо розглядати як провідну у вітчизняному видавничому середовищі. М. Тимошик пропонує таку класифікацію перевидань:

Стереотипне — видання, у якому відсутні будь-які зміни в тексті; може виготовлятися з фотоформ попередніх тиражів.

Факсимільне — видання, що передає максимальну точність відтворення оригіналу, відтворюючи не лише текст, але й усі елементи оформлення (включно з оригінальною обкладинкою, форматом, сортом паперу тощо).

Виправлене — варіант перевидання, необхідний для усунення помилок, виявлених у попередньому накладі.

Доповнене — перевидання, до тексту якого додаються нові важливі матеріали з метою підвищення актуальності або надання більш вичерпної інформації.

Перероблене — перевидання, яке, як правило, застосовується до науково-популярної або навчальної літератури; воно характеризується внесенням суттєвих змін до тексту, зумовлених, наприклад, зміною авторської точки зору щодо певних фактів або якщо інформація застаріла з того моменту, коли вийшло останнє видання [54, с. 351-353].

Підготовка перевидання визначається його конкретним видом. Проте незалежно від типу перевидання, обов'язковим є відповідність критеріям, що стосуються авторських оригіналів, які стали основою для оригінальної

публікації. Також усі перевидання повинні мати вихідні дані, які відрізняються від попередніх випусків.

Проте робота над перевиданням відрізняється залежно від його виду, наприклад, перевидання зі змінами потребує подання до видавництва двох примірників: оригіналу та примірника з правками. Ці виправлення оформлюються у вигляді вклейок і повністю враховують технічні характеристики тексту (наприклад, кількість знаків у рядку, також забороняється вносити зміни, що змінюють кількість рядків). Для підготовки доповненого перевидання надаються додаткові матеріали та примірник попереднього тиражу. Для полегшення процесу додаткові матеріали можуть бути розташовані в кінці нового видання. Репринтне видання потребує трьох якісних примірників попередньої публікації, саме це гарантує точне відтворення всіх її характеристик у новому перевиданні [61, с. 55-56].

2.2 Критерії відбору текстів для перевидання художньої літератури

До вибору твору для перевидання слід поставитися відповідально, оскільки цей видавничий продукт впливатиме не лише на продажі видавництва, але і на реципієнта. Видавці мають усвідомлювати важливість їхнього внеску до цієї індустрії.

Художня література є найпрочитанішим жанром серед інших видів. Така література не тільки для задоволення, вона впливає на свідомість читачів, оскільки має в собі виховну та духовнотворчу функції. Читаючи твір, реципієнти, навіть на підсвідомому рівні, сприймають думку автора, оскільки читач проживає історію, отримує новий досвід, порівнює свої проблеми із проблемами героїв. Автори завжди вкладають свою думку в текст, тому що кожен твір базується на власному або ж почутому досвіді. Реципієнти здатні змінити свою думку, переосмислити речі та провести самоаналіз на основі прочитаного. Саме тому при виборі твору для перевидання важливо, щоб

текст, в першу чергу, був безпечним, а також духовно збагачував внутрішній світ реципієнта, оскільки художня література формує особистість [36].

Щоб обрати успішний твір для перевидання, видавництву потрібно провести аналіз. Спершу визначити актуальність цього твору, наскільки описані події перетинаються із сучасними, зрозуміти, чого цей твір може навчити сучасну аудиторію. Якщо художній твір перевидавався декілька років тому, слід проаналізувати продажі. Проте якщо твір все ще продається успішно, то до нового перевидання варто додати щось оригінальне, наприклад, до тексту додати ілюстрації, які відображають ключові моменти.

Згідно з дослідженням Українського інституту книги «Рівень читання та дорослих у 2024 році», класична література посіла перше місце за популярністю, з 1018 респондентів 40 % обирають такий вид літератури [21], що свідчить про високий рівень зацікавленості таким видом літератури серед людей, а отже, здійснити перевидання класичних творів буде вдалим рішенням (рис. 2.2.1).

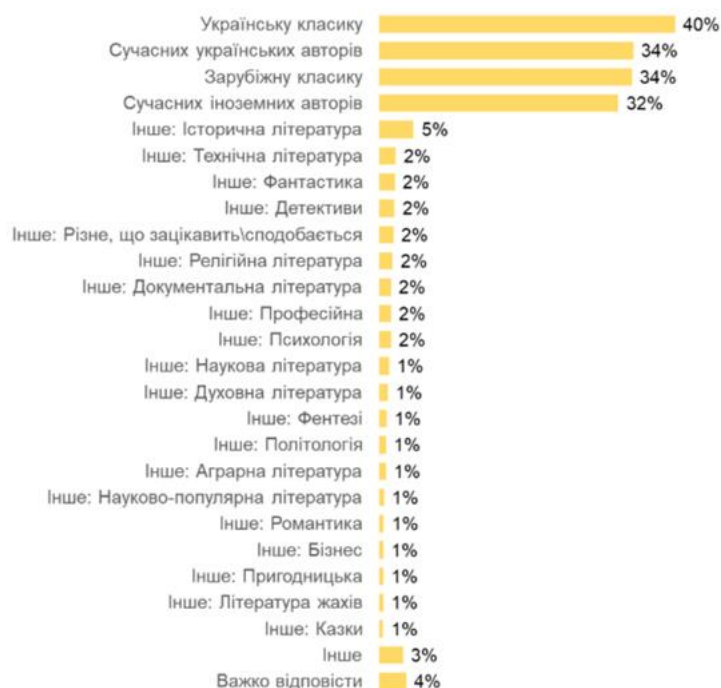


Рис. 2.2.1. Література для читання, 2024 р. Яку літератури ви читаєте/слухаєте?

Після того як вибір тексту для перевидання завершений, наступним етапом є робота з текстом. Спочатку визначають тип перевидання (різновиди перевидань: стереотипне, факсимільне, виправлене, доповнене, перероблене). Від типу перевидання залежатиме кількість роботи над текстом. Наприклад, якщо факсимільне зовсім не потребує втручань, то для доповненого буде додана нова інформація.

Легше перевидавати твір того автора, який має можливість працювати разом з редактором. Таким чином, авторський стиль не втратиться. Згідно з позицією А. Носко [40, с. 69] співпраця такого роду передбачає вирішення кількох ключових завдань: приведення тексту у відповідність до актуальних стандартів, аналіз та коригування обсягу, за потреби — внесення правок, покращення стилістики та мови, усунення неточностей, а також відновлення фрагментів, які могли бути вилучені цензурою.

Редагування перевидань класичних творів є спірним питанням, оскільки редакторське втручання в такі твори не завжди доречне. Зазвичай при редагуванні класичних творів немає можливості комунікувати з автором, що значно ускладнює роботу. Тому, у випадках, коли залучення автора до роботи над перевиданням є неможливим, редакторові потрібно ретельно працювати з наявними текстами попередніх публікацій, а також, якщо це можливо, залучити авторський рукопис задля забезпечення максимальної повноти майбутнього видання. Редактор може адаптувати слова згідно з новим правописом, проте головною вимогою є те, щоб авторський стиль та задум автора залишився незмінним [56, с. 159-160].

Під час літературного редагування редактор має звертати увагу на такі фактори:

- забезпечення зрозумілості викладу;
- терміни мають відповідати рівню тезауруса реципієнта;
- стиль тексту повинен відповідати жанру;
- лексика відповідає думкам автора [15, с. 70].

Редактори звертають на такі основні види помилок при редагуванні текстів для перевидань:

1. Морфологічні. Морфологічними помилками вважаються анормативи у мові, наприклад, коли рід, відмінок, ступень порівняння тощо є неузгодженими.
2. Пунктуаційні. Пунктуаційні помилки порушують правильне користування розділовими знаками, наприклад, використання тире замість двокрапки.
3. Синтаксичні. Синтаксис відповідає за побудову речень. Тобто до синтаксичних помилок можна віднести: неузгодження слів, неправильний порядок у реченні, неправильне узгодження власних назв.
4. Орфографічні. Орфографічною помилкою вважається неправильно написане слово, яке суперечить правилам у правописі;
5. Лексичні. До лексичних помилок відносять кальки, тавтологію, вживання слова у невласивому значенні, росіянізми тощо [33].

Виправлення таких помилок гарантує якісний текст, який не порушує правила української літературної мови, а також сприяє літературному збагаченню реципієнтів.

Із класичними текстами української літератури є певні особливості, які спричинені впливом СРСР на мову. Радянська влада вносила зміни в лексику української мови, про що свідчить «Російсько-український словник» 1948 р., де питома українські слова зросійщували або ж просто видаляли. Громадянам надсилали газети, де подавалися списки слів, які слова потрібно замінити на відповідники, а які взагалі не можна використовувати. Прикладом зросійщених слів є: філіжанка — чашка; здобуток — виручка; вигляд — вид; безоглядний — абсолютний; обрус — скатерть тощо. Через цензуру 1920-х рр. в українських письменників було вилучено багато фрагментів з тексту, часто твори повністю заборонялися. Тому редагування текстів авторів, які писали у ці періоди, передбачають ретельну увагу [37].

Отже, редагування тексту перевидання є складним процесом. Передусім варто визначити тип перевидання, щоб дізнатися ступінь допустимості редагування тексту, адже не для всіх видів передбачена така можливість. Якщо ж це доповнене, перероблене або виправлене, то найкращим варіантом є співпраця редактора із автором. Без автора редактор має працювати обережно, щоб не втратити індивідуальний стиль автора.

2.3. Специфіка роботи над ілюстраціями, версткою та шрифтами для перевидання художньої літератури

Дизайн видання має надзвичайно важливу роль. Початкове враження читача залежить від зовнішнього вигляду видання, що значно впливає на його рішення взяти книгу в руки, а згодом — на рішення її придбати. Елементами дизайну є ілюстрації, верстка та шрифт. Кожен із цих складників впливає на естетичне сприйняття.

М. Тимошик дає таке визначення поняттю: «Художнє редагування — послідовні дії видавничих працівників, передусім художнього редактора і редактора, щодо обґрунтування концепції художнього оформлення та її поліграфічне втілення через аналіз, оцінку й контроль за якістю виконання усіх зображальних елементів зовнішньої та внутрішньої частин конкретного видавничого продукту на різних етапах проходження оригінал-макету» [55, с. 5]. Можна зробити висновок, що відповідальними за художньо-технічне оформлення видання є дизайнер, художній та технічний редактори. Вони створюють не лише естетично привабливий продукт, але й оформлюють видання згідно з чинними вимогами та стандартами.

3. Партико зазначає, що «Ілюстрація — це графічна інформація, зафіксована у двомірному просторі у вигляді точок (пікселів) одного чи кількох кольорів» [41, с. 97].

Водночас, в українській бібліотечній енциклопедії наводять таке визначення: «Ілюстрація (від лат. *illustratio* — висвітлюю, наочно зображую) — зображення (малюнок, гравюра, фотографія, репродукція, карта, схема), що наочно пояснює чи доповнює текст у виданні, візуально підсилює його сприйняття» [30].

Історія книжкової ілюстрації бере свій початок з часів Київської Русі. Найвідомішою ілюстрованою книгою вважається Біблія. З часом ілюстрації ставали все поширенішими, з'являлися нові стилі та їх різновиди. Масове використання ілюстрування розпочалося у XV столітті, після того, як Йоганн Гутенберг винайшов книгодрукування. Приблизно через чотири століття виник термін «ілюстратор». Нині ілюстрації значно відрізняються від своїх первісних форм, вони виконують не тільки естетичну функцію, але й допомагають візуалізувати текст, сприяють його кращому розумінню та акцентують увагу на найважливіших місцях [38].

Серед головних жанрів ілюстрації виокремлюють: концептуальну, оповідальну, портретну, декоративну та гумористичну. Кожен із них використовується у різних літературних формах. Наприклад, для художньої літератури часто обирають портретні ілюстрації, комікси зазвичай містять оповідальні ілюстрації, а у сатиричних творах переважають гумористичні [30].

Згідно із З. Партико, ілюстрації у книгах складаються з таких компонентів:

- посилання на ілюстрацію в основному тексті;
- власне ілюстрації;
- заголовка ілюстрації;
- експлікації (пояснення елементів ілюстрації) [41, с. 97].

Класифікація ілюстрацій також враховує їхнє місце розташування та функціональну роль у виданні:

- ілюстрації на обкладинці або палітурці — цей вид ілюстрації спрямований на те, щоб візуально передати центральну ідею твору або ж

найважливіший момент. За допомогою них реципієнти налаштовуються до загального настрою майбутньої книги, яку читатимуть;

- заставки — такий вид вирізняється розташуванням ілюстрації у верхній частині сторінки, наприклад, перед початком нового розділу;

- кінцівки — такі ілюстрації схожі за функцією на заставки, але розташовуються вже внизу сторінки, наприклад, після завершення розділу;

- полосні — займають місце на всій сторінці;

- напівполосні — ілюстрації, які розміщуються на половині сторінки, а решта заповнена текстом;

- оборкові та ілюстрації на полях — ці ілюстрації об'єднує спільна риса: вони відтворюють другорядні події або ж деталі з тексту, що, як правило, зумовлює невеликий розмір;

- фронтиспис — такі ілюстрації містяться перед титульним аркушем, їхня мета — узагальнити зміст або ж ідею всього твору [22, с. 10].

Класифікація верстки ілюстрацій:

1. Відкрита верстка. Такий вид характеризується тим, що ілюстрації розташовують або зверху, або знизу, вони займають всю ширину смуги. Якщо це верстка в оборку, то текст знаходиться з двох боків ілюстрації, якщо ж в розріз, то з одного боку.

2. Закрита верстка. Зображення знаходяться всередині тексту, тобто ілюстративний матеріал, якщо він в оборку оточений трьома боками тексту, а при розрізі — двома.

3. Глуха верстка. Такий вид верстки використовують у газетах, оскільки вони мають багато колонок. Через це зображення з усіх боків оточене текстом.

4. Верстка на полях. Відмінністю цього виду є те, що при такій верстці текст зовсім не стикається із ілюстрацією. Такому виду характерні маленькі зображення [22, с. 16].

Наявність візуальних елементів у книгах тісно пов'язана з віком тих, для кого вони призначені. Для книжок, адресованих дітям, зорові образи є ключовим елементом, враховуючи те, що абстрактне мислення у дітей ще не

розвинене. У літературі для підлітків ілюстрації вже не відіграють вирішальної ролі, але продовжують бути корисним засобом для утримання уваги. Книги для дорослих майже не містять ілюстрацій, бо для зосередження дорослим читачам, зазвичай, не потрібні візуальні підтримки. Однак, навіть у цьому сегменті ілюстрації можуть бути доречними, адже естетична привабливість не має вікових обмежень [28, с. 2-3].

Випуск якісної книги неможливий без правильної верстки, адже від неї залежить технічна складова видання. Цю роботу виконує верстальник у видавництві, саме від його роботи залежить фінальний візуальний образ видавничої продукції. Верстка — це складний процес, який вимагає дотримання певних правил і стандартів.

Т. Крайнікова надає таке визначення: «Верстання — власне процес формування та монтажу шпальт видання певного формату з окремих фрагментів технічного складання тексту, а також зображальних елементів (ілюстрацій, фото), декоративних прикрас за допомогою комп'ютерної техніки і програм QuarkXPress чи PageMaker» [31, с. 43].

Найголовнішим принципом у процесі верстання є дотримання єдиної стилістичної та технічної форми всього видання. З огляду на це, до процесу верстання висувають такі основні вимоги:

- сторінки повинні мати однаковий розмір;

- рядки мають бути розташовані на одному горизонтальному рівні;

- неприйнятною є наявність надмірно великих проміжків між словами на сторінці;

- категорично заборонено розділяти переносом дати, ініціали, аббревіатури тощо;

- використання однакового типу лапок у цитатах, що містять власну назву, не відповідає нормативним вимогам;

- не дозволяється розпочинати новий абзац, якщо попереднє речення коротше, ніж півтора розміру абзацного відступу;

- заборонено використовувати більше п'яти послідовних переносів слів;

колонцифри повинні бути набрані шрифтом, ідентичним до основного тексту, та не розташовуватися на обкладинках, форзацах, титульних аркушах, вхідних та вихідних даних, а також у змістах;

забороняється переносити слова у заголовках;

для виділення тексту не варто змінювати гарнітуру шрифту; необхідно використовувати зміну накреслення (курсив, напівжирне) в межах основного шрифту [31, с. 161-172].

За умови дотримання основних правил та вимог верстання не забороняється урізноманітнювати верстку. Оригінальна верстка завжди підвищить інтерес реципієнтів, тому за допомогою такого способу легко залучити нових читачів.

Значущість шрифтового оформлення видання зумовлюється передусім забезпеченням комфорту читання. Окрім того, вдало дібрана гарнітура може відтворити настрій твору та підкреслити ключові змістові аспекти. Водночас, неправильно підібраний шрифт може негативно вплинути на сприйняття будь-якого літературного твору, тому процесу вибору гарнітури під час створення книги надається особлива увага.

Шрифт представляє собою набір графічних знаків, виконаних в єдиному стилі. Вони відіграють важливу роль у процесі передачі інформації, оскільки істотно покращують читабельність тексту [23, с. 4].

Витоки шрифтового мистецтва сягають більше тисячі років, шрифти з'явилися у Єгипті. Перші шрифти відрізнялися від сучасних тим, що мали форму піктографічних зображень (малюнків). З часом шрифти еволюціонували, і в Середньовіччі виник готичний шрифт, що використовується і донині. Після появи перших друкованих книг шрифтове оформлення набуло більшого поширення, що призвело до появи великої кількості нових шрифтів, починаючи з XV століття [24].

Основні різновиди шрифтів:

- із засічками (serif) — вперше з'явилися у XV столітті, тому вважаються одними з найдавніших. Найчастіше використовуються для основного тексту

через зручність сприймання людським оком. З моменту виникнення зберігають актуальність та є найбільш уживаними і на сучасному етапі;

- без засічок (sans-serif) — цей вид вперше з'явився у XIX столітті, найчастіше його використовували для оформлення заголовків;

- брускові (slab-serif) — найчастіше цим видом гарнітури підкреслюють важливі елементи у тексті, такі шрифти також мають засічки, тому привертають значну увагу, оскільки відокремлюються від основного тексту та людське око помічає його;

- заголовкові (display) — ці шрифти виникли у XVIII столітті, вони містять декоративні елементи, тому не призначені для основного тексту, бо він буде не читабельним. Але великий кегль для заголовків, які містять декілька слів, є гарним візуальним елементом;

- рукописні (script) — з'явилися у XVII столітті. Вони призначені для використання у невеликих обсягах тексту, наприклад, для заголовків, оскільки їхні графічні елементи ускладнюють читання основного тексту [27].

Шрифтове оформлення для видання також визначається формою його публікації. Для друкованих видань доцільно використовувати гарнітуру із засічками, адже візуальне сприйняття тексту на папері є зручнішим у такому вигляді. Натомість для електронних видань доречніше обрати шрифти без засічок, що пояснюється специфікою сприйняття тексту на екранах електронних пристроїв [65].

Перед тим як обрати шрифт, технічний редактор має проаналізувати такі фактори, як:

Вид літератури. Цей аспект визначає, наприклад, оптимальний кегель гарнітури (для дитячих видань шрифт має бути більшим, ніж для видань, які призначені для дорослої аудиторії), а також впливає на вибір типу шрифту (з засічками чи без).

Тип паперу. Візуальне відображення шрифту може помітно змінюватися залежно від властивостей паперу. Тому щоб переконатися у зручності читання редактори друкують тестові уривки тексту на обраному типі паперу.

Технічні параметри шрифту. На читабельність тексту впливають не тільки розмір та гарнітура, а й такі властивості, як кернінг (відстань між окремими знаками), міжрядковий інтервал, а також загальна розбірливість шрифту при читанні [66].

Класифікація гарнітур також відбувається з огляду на їхнє функціональне призначення у виданні. За цим принципом розрізняють такі категорії:

Основний шрифт — він призначений для набору основного тексту; найголовнішим критерієм вибору є забезпечення комфортності читання.

Додатковий шрифт — використовується для виділення додаткової інформації; він не повинен візуально відволікати увагу від основного тексту.

Видільний (акцидентний) шрифт — застосовується для оформлення текстів невеликого обсягу, зазвичай для колонтитулів, прикладів та іншого.

Технічний шрифт — призначений для використання у електронних книгах.

Службовий шрифт — використовується для набору науково-довідкового апарату видання (примітки, виноски, покажчики тощо) [62].

Отже, можна зробити висновок, що дизайн видання є визначальним елементом у створенні будь-якого друкованого продукту. Ілюстрації залишаються вдалим способом підвищити оригінальність видання. Вони спрямовані на візуальне відображення тексту, допомагають краще візуалізувати та розвивають креативність. Верстка видання відіграє не менш важливу роль, оскільки для загального вигляду та зручності читання вона має бути уніфікованою. Вдалий вибір шрифту, який відповідає типу літератури та особливостям вікової групи цільової аудиторії, може значно збільшити ймовірність успіху видання на ринку. Серед шрифтів, які найчастіше використовуються для набору основного тексту, переважають гарнітури із засічками, що зумовлено їхньою високою читабельністю та простотою сприйняття при тривалому читанні. Натомість, для оформлення заголовків допускається застосування більш оригінальних шрифтів, таких як рукописні або заголовкові, з метою ефективного залучення уваги читача.

2.4. Композиційна організація перевидань художньої літератури

Процес підготовки рукопису до друку вважається складним та багатограним процесом. Цікавого авторського оригіналу недостатньо, щоб його оприлюднити. Публікація мусить відповідати всім вимогам і правилам української літературної мови, крім того текст має пройти усі етапи редакційно-видавничого процесу. Зокрема, редактори звертають особливу увагу на композиційну структуру твору, від якої значною мірою залежить комфортність його сприйняття читацькою аудиторією.

Композиція в художній літературі визначається як принципи будування тексту, що гарантують його цілісність. За допомогою композиції елементи твору розташовуються у правильному порядку, також контролюється поєднання усіх частин тексту та їхнє співвідношення.

Поняття композиції використовують не тільки для літературної творчості, але й в інших галузях, наприклад, у мистецтві, дизайні, архітектурі та інших. Незважаючи на значну різницю у галузях, значення композиції залишається незмінним, адже її основне завдання полягає у забезпеченні цілісності будь-якого об'єкта.

Формування композиції художнього тексту потребує застосування важливих та обґрунтованих елементів, до яких належать, наприклад, діалоги, сцени, портрети, описи, художні деталі та інші засоби виразності. У такому аспекті композиційна структура твору залежить від його сюжету [51, с. 96]. Необхідно усвідомлювати різницю між сюжетом і композицією, адже ці поняття не є синонімічними. Ключова відмінність полягає у тому, що сюжет формує зміст тексту, тоді як композиція відповідає за його структурну організацію. Відмінності також можна побачити у вимогах: сюжет — це вільний елемент, може бути прихованим, в той час як композиція є обов'язковою і потребує послідовності.

Класифікація композиції за видом:

- Лінійна — вид композиції, де події розгортаються у хронологічній послідовності.

- Паралельна — вид композиції, що передбачає одночасний опис двох подій.

- Ретроспективна — вид композиції, за якою події, що трапилися раніше, описуються у тексті пізніше.

- Монтаж — у цьому виді композиції послідовно відтворюється серія одночасних подій.

Крім того, композицію поділяють на замкнуту та відкриту залежно від форми. Замкнута композиція відзначається чітким дотриманням встановленої форми твору, а відкрита передбачає можливість смислового чи сюжетного розвитку за межами самого тексту.

Композиція є не тільки відображенням форми твору, але й обов'язково пов'язана з його змістом. Таким чином, форма та зміст взаємодоповнюють один одного, створюючи цілісний твір [17, с. 41-43].

Важливість архітекtonіки полягає в її ролі як ключового елементу, що визначає композиційну структуру твору. В Україні цей термін набув популярності у 1934 року, в цей час його вперше вжив літературний критик В. Коряк. Він сформулював своє бачення взаємозв'язку архітекtonіки та композиції наступним чином: «Будова твору спиняє увагу читача у двох напрямках: а) архітекtonіка розглядає текст як цілість — чи є гармонія між частинами; б) композиція твору, простежена до фіналу, виявляє спосіб зв'язку частин і побудови цих частин до найдрібніших деталей» [13, с. 47-48].

Значення архітекtonіки полягає у її здатності структурувати композицію твору. Якщо композиція описує внутрішню організацію тексту, архітекtonіка відповідає за його зовнішню форму. Архітекtonіка впливає на структуру видання, визначаючи наявність таких елементів, як розділи, пролог, епілог, акти, дії, передмова, післямова, коментарі, епіграфи, репліки та інші [29].

Функції архітекtonіки у художньому тексті включають естетичну, психологічну, стилістичну, а також функції, що пов'язані із авторським стилем, когнітивні та прагматичні.

Український літературознавець І. Семенчук зазначає, що «Від архітекtonіки твору, розстановки його складових частин, порядку викладу подій у значній мірі залежить ідейно-художня його гострота. У всіх випадках композиція твору повинна бути підкорена головній меті: організуючому розкриттю зв'язків і взаємодії явищ вічно мінливого і неповторного життя, де в центрі завжди, як правило, стоять людські характери» [48, с. 65].

Художні видання мають таку змістову конструкцію:

Службова частина, до якої відносять вихідні відомості. У ДСТУ 4861:2007 Інформація та документація. Видання. Вихідні відомості зазначено, що до вихідних відомостей відносять: надзаголовкові дані; відомості про автора(-ів); назву видання; підзаголовкові дані; вихідні дані; шифр зберігання видання; макет анотованої каталожної картки; анотацію; реферат; Міжнародний стандартний номер книги (International Standard Book Number — ISBN); Міжнародний стандартний номер нотного видання (International Standard Music Number — ISMN); Міжнародний стандартний номер серіального видання (International Standard Serial Number — ISSN); знак охорони авторського права; надвипускні дані; випускні дані [2].

Вступна частина, де міститься передмова. Цей елемент потрібний для того, щоб реципієнт налаштувався на прочитання твору, поглибитися в особливості написання та краще зрозуміти намір автора. Для перевидань передмова є особливо актуальною, оскільки містить пояснення, яке значення та який вплив має твір, чому він актуальний сьогодні, попередження про зміни та адаптацію у тексті перевидання. Також передмова часто має відомості про автора, що зручно для реципієнтів. Часто у вступній частині додається присвята, зазвичай це подяка людині,

яка надихнула написати твір або ж певна дата/ситуація, яка вплинула на автора.

Основна частина. У ній викладається основний матеріал, важливо, щоб він був уніфікованим, тобто мав однаковий стиль написання, розділи містили відносно рівноцінну кількість інформації.

Заклучна частина, до неї відносять післямову, коментарі, додатки, покажчики, умовні позначення, бібліографія тощо. Є важливим елементом, що узагальнює все видання, гарантує довершеність, сприяє кращому розумінню, пояснює важливу інформацію з основної частини тощо [17].

У підсумку можна зазначити, що композиція відіграє важливу роль у формуванні враження від тексту у реципієнтів. Композиція надає тексту структурну єдність, глибину смислу й максимально точне втілення його художньої форми. До цього належить структурування змісту, взаємозв'язок між елементами твору та відповідність жанру та стилю. Під час роботи над перевиданнями ключовим є збереження первинного задуму автора та його оригінальної композиції, паралельно з адаптацією видання до вимог та потреб сучасних читачів. Отже, композиція перевидання художнього твору виконує дві функції: по-перше, забезпечує збереження автентичності тексту, а по-друге, пристосовує його до нових умов видання та сприйняття, що робить твір доступним для сучасної аудиторії.

Висновки до розділу 2.

Підготовка до друку перевидання — процес складний та багатогранний, попри поширену думку про його простоту. Насправді, робота з перевиданнями потребує такої ж ретельності та відповідності стандартам, як і робота над новим виданням.

Існують різні види перевидань: стереотипні, факсимільні, виправлені, доповнені та перероблені, і редакторська робота над кожним з них має свої особливості. Стереотипні та факсимільні перевидання не передбачають будь-яких змін у тексті. Однак у виправлених, доповнених та перероблених

здійснюється літературне редагування. Найкращим варіантом є співпраця автора й редактора, оскільки без автора внести зміни складніше.

Не менш важливим етапом підготовки перевидання є художньо-технічне оформлення, яке охоплює верстку, шрифтове забезпечення та ілюстративний матеріал. Додавши оригінальності до оформлення, редактор підвищує зацікавленість реципієнтів. Під час підготовки видання фахівці повинні дотримуватися встановлених правил верстки, недотримання яких робить видання неповноцінним. Шрифтове оформлення значно впливає на те, як читачі сприймають текст; невдалий вибір шрифту може ускладнити читання, підвищуючи ризик того, що видання не знайде свого покупця. Використання ілюстрацій є важливим елементом художнього оформлення: вони сприяють глибшому розумінню тексту та візуалізації змісту. У дитячих виданнях ілюстрації є обов'язковим елементом, на відміну від видань для дорослих, хоча й у останніх вони також можуть бути присутніми, оскільки урізноманітнюють текст та естетично приваблюють.

Від композиційної структури твору залежить його внутрішня впорядкованість, що є запорукою зрозумілого сприйняття тексту читачами. Композиція є обов'язковим елементом кожного твору, хоча реалізується в різних видах, як-от: лінійна, паралельна, ретроспективна та монтаж.

РОЗДІЛ 3 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЄКТУ – ПЕРЕВИДАННЯ ПОВІСТІ І. С. НЕЧУЯ-ЛЕВИЦЬКОГО «МИКОЛА ДЖЕРЯ»)

3.1 Загальна характеристика концепції проєкту

Перевидання визначається як повторне видання певного твору. Ця видавнича практика стосується широкого спектру літературних форм — від художньої, за умови підтвердженого читацького інтересу, до навчальної літератури, у випадку неактуальної інформації (наприклад, оновлення навчального посібника з української мови через вихід нового правопису).

Для практичної частини дипломної роботи обрано перевидання соціально-побутової повісті І. Нечуй-Левицького «Микола Джеря».

Своїм проєктом я маю на меті популяризувати класичні українські твори, оскільки для загального розвитку та національного виховання такі видання є обов'язковими для прочитання. Творчий доробок І. Нечуя-Левицького відносять до української класики, протягом всього життя письменник виступав проти зросійщення, зробив значний внесок функціонування української мови, зробив адаптацію частини Біблії українською мовою. До цього ж всі його твори розкривають проблеми українського народу, формують образ українського суспільства та зображують життя тих часів.

Для поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- розробити концепцію майбутнього видання;
- обрати формат;
- розробити нову обкладинку;
- опрацювати текст, щоб розробити контекстні ілюстрації, які розкриватимуть твір та полегшать сприйняття;
- підібрати шрифти;
- зверстати проєкт.

Центральна ідея обраного твору полягає у відтворенні стійкості українського народу та зображенні боротьби за власну територію. Зазначена тематика не втрачає своєї значущості протягом всієї історії існування української держави та набуває особливого значення у сучасному контексті повномасштабного вторгнення. Прочитання літературного твору сприятиме зміцненню у свідомості українців віри у важливість боротьби за національну ідентичність.

Художнє перевидання соціально-побутової повісті Івана Нечуя-Левицького «Микола Джеря» орієнтовано на широку читацьку аудиторію.

Видання складається з восьми розділів.

На сучасному книжковому ринку зріс попит на класичну українську літературу серед читачів. Тому все більше видавництв перевидують не тільки окремі твори, але й роблять серії перевидань українських класиків. Прикладом таких серій може слугувати «Неканонічний канон» від «Віхоли» (рис. 3.1.1).



Рис. 3.1.1. Серія «Неканонічний канон» видавництва «Віхола»

3.2. Особливості художньо-технічного оформлення проєкту

Хоча перевидання «Миколи Джері» відбувалися й раніше, але представлене оформлення є застарілим для сучасної аудиторії [додатки А, Б, В]. У своєму перевиданні я представила сучасний варіант оформлення.

Обкладинка оформлена мінімалістично у стилі імпресіонізму. Головним елементом є колосок пшениці, який вважається національним елементом, передає цінність рідної землі, оскільки у повісті головний герой мав покинути свій дім та рідних через кріпацтво. Таким чином, обкладинка передає головну суть твору.

Колірна гама обкладинки у національних кольорах. Фон блакитний, а колос пшениці жовтий, таке поєднання нагадує український прапор.

Назва твору та ініціали автора розташовані у верхній частині. Вони однакові, золотисто-жовтого кольору, який легко читається та гармонує з фоном (рис. 3.2.1).

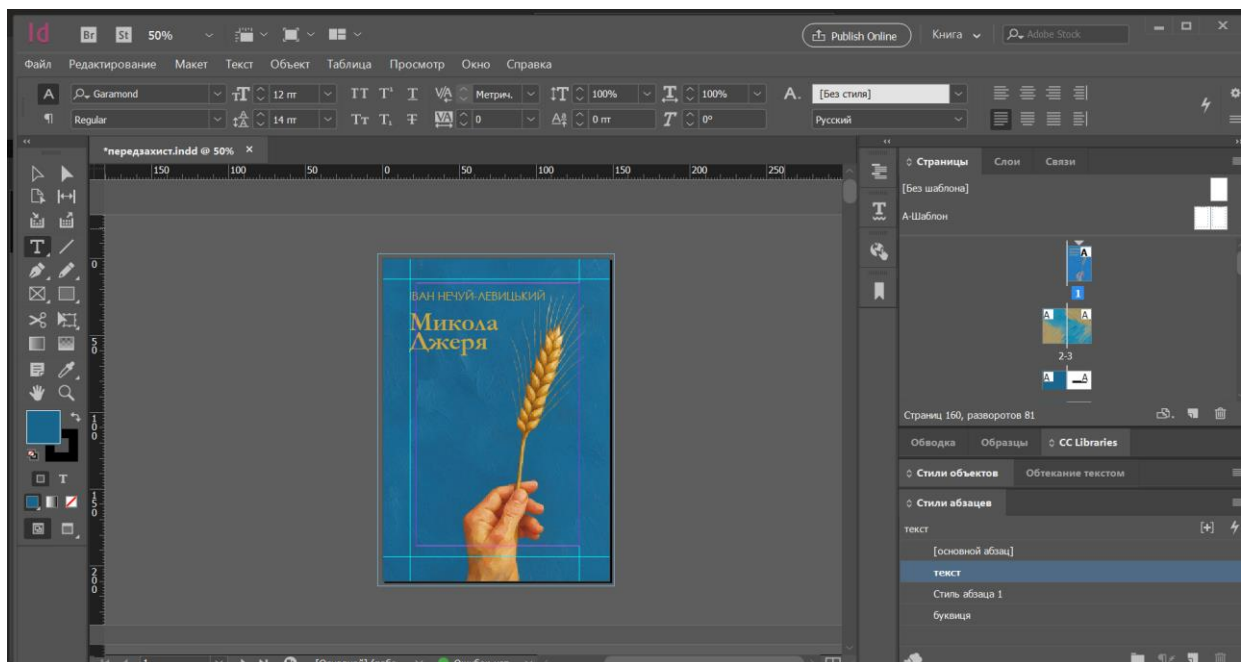


Рис. 3.2.1. Обкладинка

Енциклопедія сучасної України подає таке визначення поняття: «Імпресіонізм – це (франц. *impressionisme*, від *impression* – враження) – напрям у мистецтві (передусім у живописі) останньої третини XIX – першої чверті XX

ст., що базується на відтворенні художником безпосереднього враження від об'єкта споглядання» [43].

Для свого перевидання я обрала два шрифти, а саме: Garamond для основного тексту, Segoe Print — для заголовків. Головним критерієм при виборі шрифту для основного тексту є його зручність сприймання. Гарнітуру Garamond відносять до книжкових шрифтів, які відзначаються читабельністю друкованого тексту. Гарнітура з'явилася у XVI столітті завдяки роботі гравера Клода Гарамона, його ім'ям і названий шрифт. Для заголовків використано Segoe Print, який імітує рукописний почерк. Цей шрифт розроблено Джеймсом Грішабером, Карлом Лейтхолдом та Карлом Кросгроувом на основі почерку Брайана Аллена. Накреслення підходить для невеликих текстових фрагментів, додаючи їм естетики та «авторського дотику». Поєднання цих гарнітур дає змогу візуально розділяти частини без відволікання від основного тексту. Кегль для основного тексту — 12 пт, для заголовків — 24 пт. Вибір розмірів шрифту зумовлений насамперед забезпеченням комфорту при читанні.

Обрано формат видання A5 (148x210 мм). Цей формат традиційний і знайомий читачам, гарантує ергономіку при триманні книги. Він є оптимальним для видань художньої літератури.

Тип обкладинки: палітурка

Тираж: 1000 примірників.

У проєкті перевидання додано кольорові полосні та напівполосні ілюстрації. Вони відображають ключові моменти сюжету; їхнє призначення — візуалізувати текст та допомогти читачеві краще зрозуміти зміст, додавши глибини. Ілюстрації є гарним способом, щоб виокремити своє видання на ринку, оскільки через велику конкуренцію продати видання стає все складніше. А додані ілюстрації роблять видання оригінальним та конкурентоспроможним.

Твір містить вісім розділів, для зручності читання реципієнта вони відокремлені. Кожний новий розділ починається з нової сторінки, також має графічні елементи, щоб налаштувати читача на новий розділ. Текст кожного

розділу починається з центру сторінки, оскільки під час відкриття книги читач автоматично звертає увагу на середину сторінки. Для естетичної привабливості додано верхні колонтитули, які містять назву твору та графічний елемент (Рис. 3.2.2).

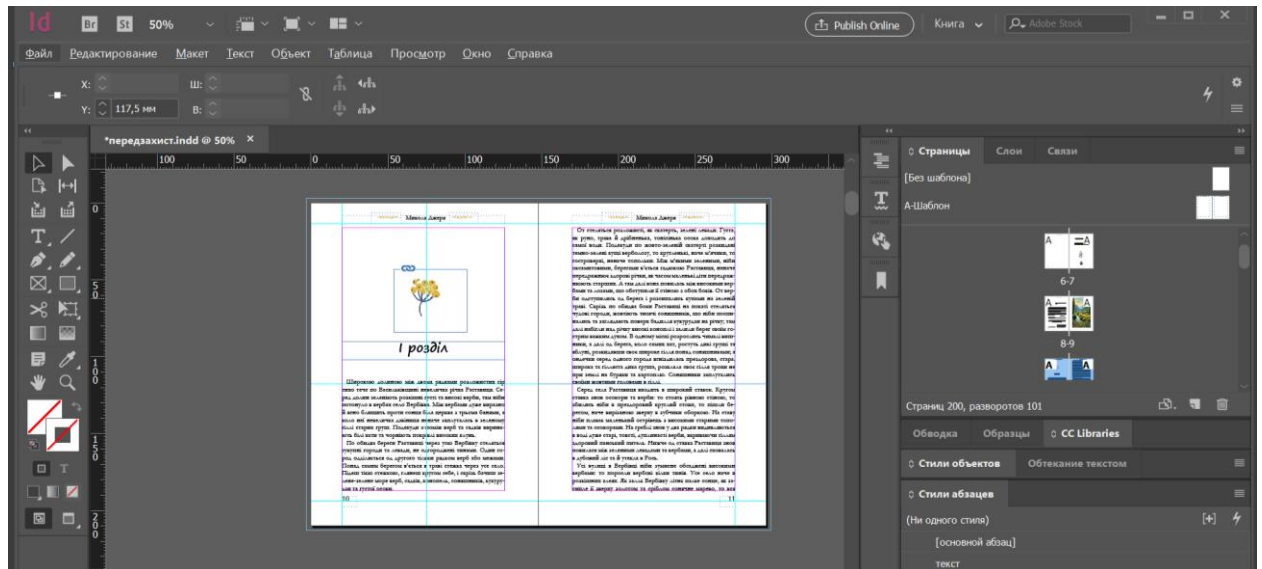


Рис. 3.2.2. Приклад оформлення сторінки

Перевидання оформлене згідно з такими національними та галузевими видавничо-поліграфічними стандартами:

ДСТУ 3017:2015 «Інформація та документація. Видання. Основні види» [1].

ДСТУ 4861:2007 «Інформація та документація. Видання. Вихідні відомості» [2].

ДСТУ 8344:2015 «Інформація та документація. Видання. Основні елементи. Терміни та визначення понять» [3].

Неможливо розробити якісний видавничий продукт без використання професійних програм. Тому під час роботи над проєктом були використані такі програми:

- Microsoft Word — текстовий процесор, який використовувався для редагування та форматування тексту;
- Adobe InDesign — програма для верстки. Програмне забезпечення має зручний інтерфейс, можливість створення шаблонів, стилів тексту,

автоматичної нумерації сторінок, колонтитулів, а також форматування тексту, вставка зображень тощо. Найголовнішою перевагою є потрібні для друку формати та швидкість його експортування;

- Canva — програма для графічного дизайну. Використовувалася для завантажування шрифтів українською мовою, також програмне забезпечення підходить для створення презентацій, інфографіки, зображення тощо;

- Leonardo AI — неймережа, де генеруються зображення за текстовим запитом, перевагою є швидкість генерування, вибір стилів ілюстрацій та висока якість;

- Adobe Photoshop — графічний редактор для редагування ілюстративного матеріалу, за допомогою нього можна ретушувати зображення, прибирати зайві компоненти, виконувати корекцію кольору тощо;

3.2 Просування та способи розповсюдження видання на ринку

Підготовка видання до випуску у світ передбачає маркетинговий етап, він є обов'язковим у редакційно-видавничому процесі. На думку М. Тимошика: «Маркетинг у видавничій справі — окремий етап редакційно-видавничого процесу, який є комплексом заходів, спрямованих на промоцію (просування на книжковому ринку) конкретного видавничого продукту з метою його успішнішої реалізації» [54, с. 383].

Способами розповсюдження видавничої продукції можуть бути, в першу чергу, традиційні медіа, оскільки сучасні реципієнти щодня використовують засоби масової інформації. А отже, огляд книги на новинному ресурсі буде вдалим способом для просування, яке охопить широкий спектр читачів.

Через нові медіа, а саме блоги, можна збільшити продажі. У цифрову епоху соціальні мережі займають значну частку життя та впливають на людей.

Тому ведення соціальних мереж (Instagram, Facebook, TikTok та ін.) є обов'язковим. Зазвичай у блогах розміщують інформацію про новинки, роблять передпродаж, комунікують із реципієнтами, що підвищує довіру до видавництва.

Співпраця із книжковими блогерами є ефективним способом просування, оскільки такі люди вже зібрали аудиторію, яка цікавиться читанням, а отже це потенційно ваші покупці.

Створення сайту є важливим елементом для збільшення продажів. Таким чином, у потенційних покупців з'являється можливість придбати книгу онлайн. Навігація на сайті полегшує вибір книги, тому важливо, щоб вона була зручною. Зазвичай сайти мають повну інформацію про книгу (ціна, анотація, інформація про автора, формат, кількість сторінок, наявність ілюстрацій тощо), уривки тексту, фотографії. Перевагою є й можливість прочитати та написати відгук, це значно полегшує вибір.

Щоб підвищити видимість видання на ринку, доречною буде співпраця з книжковими крамницями. Наприклад, «MegogoBooks», «Книгарня Є», «Yakaboo» тощо.

Через збільшення попиту на аудіо та електронний формат додати такі версії видання є дієвим способом, оскільки коло цільової аудиторії збільшується.

Ще одним дієвим методом є участь у книжкових виставках, наприклад, у «Книжковому Арсеналі», «Книжковій країні на ВДНГ», «Kyiv Book Fest». На виставках багато відвідувачів різного віку, з різними інтересами та запитам. Перевагою є те, що реципієнти з перших вуст видавця/редактора/ілюстратора мають змогу почути про видання, погортати його, оцінити якість друку, паперу тощо.

Оскільки соціально-побутова повість І. Нечуя-Левицького «Микола Джеря» є у шкільній програмі дев'ятого класу, можна організувати співпрацю із школами та бібліотеками, а сучасне оформлення та додані ілюстрації сприятимуть інтересу у школярів.

Все більше видавництв починають використовувати метод презентації книги, зазвичай для цього обирають зручні місця, наприклад, книгарні. За попереднім анонсом охочі мають змогу зареєструватися та завітати на презентацію, де автор з видавцем презентують нову книгу. Перевагою такого методу є отримання автографу та можливість поставити питання, які цікавлять.

Створення буктрейлера допомагає візуалізувати майбутню прочитану книгу. Для підвищення інтриги це вдалий спосіб. У короткому відео (до 5 хвилин) зображують ключові моменти, які не містять спойлерів і підвищують читацький інтерес.

Створення мерчу (брендована продукція) підвищує впізнаваність. Це може бути закладка, стікери, шопер, канцелярія, брелоки тощо.

Від вибору засобів просування залежить успішність видання. Найкраще обирати декілька засобів та поєднувати їх, оскільки чим більше потенційних покупців бачитимуть видання, тим більше буде продажів. Якщо ж нехтувати останнім етапом редакційно-видавничого процесу або ж підібрати неправильні способи розповсюдження для майбутнього видання, то може виникнути загроза поганих продажів. Навіть якщо видання якісно написане, оформлено згідно зі стандартами, має оригінальний формат тощо, це не гарантує його успішність, оскільки на ринку, де сотні тисяч книг видаються щорічно, потрібно розробити маркетингову стратегію, щоб привернути увагу читачів.

Висновки до розділу 3.

У дипломній роботі проаналізовано структуру, актуальність та значення перевидання твору, висвітлено роботу над оформленням, обґрунтовано вибір шрифтів та ілюстрацій, зазначено, яких правил верстки було дотримано.

Метою розробки проєкту перевидання «Миколи Джері» І. Нечуя-Левицького є дослідження редакторської роботи, а також роботи над графічним оформленням, а саме: підбір шрифтів, грамотна верстка та

створення зображень. Графічне оформлення впливає на загальний вигляд видання, якщо ж оминати хоч один критерій, видання не вважатиметься якісним.

У розділі висвітлено останній етап редакційно-видавничого процесу — просування видавничої продукції. Найвдалішим варіантом промоції буде поєднання якомога більших способів, оскільки від впізнаваності часто залежить остаточний вибір покупця.

ВИСНОВКИ

Художня література є найпопулярнішою на українському ринку, про що свідчать продажі. Функціями літературно-художніх видань є: виховна, естетична, духовнотворча та пізнавальна. Художні видання збагачують внутрішній світ людини, формують особистість та надають життєвий досвід. Для визначення художності тексту існують критерії: єдність форми та змісту, цілісність твору, спільна ідея всього твору, індивідуальний стиль автора та емоційність.

До форми художніх видань відносять такі: паперовий, електронний та аудіоформати. Поєднання різних форм збільшує коло реципієнтів.

Літературу класифікують так: епос, лірика та драма. Ця жанрова класифікація залишається незмінною тисячі років, формувалася з фольклору. Щоб класифікувати художню літературу, потрібно визначити цільове призначення та склад тексту. За цільовим призначенням класифікація має такий вигляд: масове, науково-популярне та наукове видання; за складом тексту: моновидання, збірники, літературо-художні журнали, вибранні твори та зібрання творів.

Також художня література буває масовою та елітарною. Якщо масова література призначена для відпочинку, через що читацька аудиторія ширша. То елітарна більш складна, через що має вужче коло реципієнтів.

Визначення цільової аудиторії є важливим етапом при підготовці видання. Від цього етапу залежить оформлення, спосіб подання інформації, засоби промоції тощо.

Проаналізувавши український видавничий ринок, спостерігаємо зміни, а саме прийняття Закону у 2019 році «Про забезпечення функціонування української мови як державної», що сприяло збільшенню випуску книг українською мовою; після 2022 року зріс попит на українську класичну літературу, і за підсумками 2024 року українська класична література посіла

перше місце за цікавістю серед українців; відкриття нових книгарень різного виду з кожним роком стрімко зростає.

Українські видавництва активно з'являються на міжнародному ринку, що засвідчує участь у Міжнародних книжкових виставках, наприклад, «Франкфуртський книжковий ярмарок».

Головними проблемами українського книжкового ринку є економічна нестабільність, все ще низька культура читання та руйнування поліграфій через повномасштабне вторгнення.

Тенденції сучасного книговидання: збільшився попит на аудіо та електронні формати, оригінальне оформлення, самостійна публікація та співпраця із цифровими платформами.

Попит на перевидання класичної художньої літератури стрімко зростає, оскільки повертається інтерес до старих творів, які зберігають культурну цінність країни.

Перевидання – це повторний випуск книги. До видів перевидань відносять: стереотипне, факсимільне, виправлене, доповнене та перероблене. Перевидання мають новий код ISBN та нові вхідні та вихідні відомості.

Критеріями відбору тексту для перевидання є: актуальність твору для сучасної аудиторії, аналіз продажів минулих перевидань.

Для підготовки перевидання потрібно зосередити увагу на художньо-технічному оформленні. До нього відносять: ілюстрації, верстку та шрифти.

Видами ілюстрацій залежно від розташування є: ілюстрації на обкладинці або палітурці, заставки та кінцівки, полосні та напівполосні, оборкові та ілюстрації на полях, а також фронтиспис. Видами верстки ілюстрацій є: відрита, закрита, глуха та на полях. Важливість ілюстрацій обумовлена покращенням візуалізації при сприйманні та підвищенням конкурентоспроможності на ринку.

Робота верстальника є важливою при підготовці книги, оскільки від грамотної верстки залежить загальне враження та зручність читання. Все

видання повинне бути оформлено однаково, тобто уніфікованим. Дотримання правил верстання є обов'язковим при роботі над перевиданням.

Шрифтове оформлення видання залежить від форми публікації, наприклад, через особливості людського сприймання шрифти із засічками краще використовувати для паперових варіантів, а для електронних книг слід підібрати шрифт без засічок. Розрізняють такі шрифти: із засічками та без, брускові, заголовкові та рукописні. За способом розташування шрифти класифікують так: основні, додаткові, видільні, технічні та службові. Розмір кеглю основного тексту залежить від аудиторії, для дітей обирають більш великий розмір, ніж для дорослих реципієнтів. Якщо для дорослої та підліткової можна використовувати для невеликих фрагментів рукописний шрифт, то для дитячої забороняється, оскільки це ускладнює сприймання.

До видів композицій відносять: лінійну, паралельну, ретроспективну та монтажну. Композиційна організація творів пов'язана із їх цілісністю.

Архітектоніка структурує композицію тексту. Вона впливає на зовнішнє оформлення видання, а саме на наявність розділів, прологу, епілогу, передмови, післямови тощо. Функціями архітектоніки є: естетична, психологічна, стилістична, авторський стиль написання, когнітивна та прагматична.

Головною метою мого проєкту перевидання соціально-побутової повісті І. Нечуя-Левицького «Микола Джеря» є популяризація української класики.

Для художнього-технічного оформлення я використала кольорові напівполосні та полосні ілюстрації у стилі імпресіонізму, згенеровані нейромережою Leonardo AI. Обкладинка мінімалістична, також у стилі імпресіонізму. Було додано колонцифри та колонлінійки із назвою твору. Кожний розділ відокремлюється відступами та графічним елементом. Шрифтове оформлення: гарнітури Garamond та Segoe Print, перша з яких відноситься до книжкових, має засічки, тому обрана для основного тексту, а друга – рукописна, використовується для заголовків. Для зручності читання обрала універсальний формат А5.

Під час роботи над проєктом використала такі професійні програми: Leonardo AI, Adobe Photoshop, Microsoft Word та Adobe InDesign.

Дотримані такі державні стандарти: ДСТУ 3017:2015 «Інформація та документація. Видання. Основні види»; ДСТУ 4861:2007 «Інформація та документація. Видання. Вихідні відомості»; ДСТУ 8344:2015 «Інформація та документація. Видання. Основні елементи. Терміни та визначення понять».

Важливим етапом є маркетингова стратегія, тому було виокремлено способи розповсюдження. Для просування мого перевидання можна використовувати такі способи: співпраця з бібліотеками, організація презентації, співпраця з книжковими крамницями, участь у книжкових виставках, створення соціальних мереж, сайту видавництва, реклама в медіа та в книжкових блогерів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 3017:2015 Інформація та документація. Видання. Основні види. На заміну ДСТУ 3017-95; Чинний від 2016.07.01. IV, 38 с.
2. ДСТУ 4861:2007 Інформація та документація. Видання. Вихідні відомості. Київ. Держспоживстандарт України. 2009. 46 с.
3. ДСТУ 8344:2015 Інформація та документація. Видання. Основні елементи. Терміни та визначення понять. На зміну ДСТУ 3018-95; Чинний від 2017.07.01.
4. ДСТУ 3003:2006: Технологія поліграфічних процесів: Терміни та визначення понять. На заміну ДСТУ 3003—95; Чинний від 2007.07.01.
5. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної»: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (дата звернення 02.02.2025).
6. Проект Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/pubFile/1345573> (дата звернення 06.03.2025).
7. Абрамчук О. В. Сучасні українські літературні жанри. Вінницький національний технічний університет. 2016. 6 с. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/10559/42.pdf?sequence=3> (дата звернення 06.02.2025).
8. Аналітичний звіт за результатами всеукраїнського соціологічного дослідження в межах проекту «Підтримка промоції читання в Україні» URL: https://drive.google.com/file/d/17NdN_pW0W1ulPVayEuZi48ASQgyyeNVD/view?pli=1 (дата звернення 16.02.2025).
9. Берегсасі А., Чонка Т. для студентів-філологів : навч. посіб. Берегове : Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II с., 2024. 115 с.

10. Бернадська Н. Жанр у літературі. *Енциклопедія сучасної України*. URL: <https://esu.com.ua/article-20330> (дата звернення 14.03.2025).
11. Видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» URL: https://store.ababahalamaha.com.ua/?srsltid=AfmBOoqBA0_PobYakzeYKY-qZBhefSNITacWJo7mj6SkYpotKvFQL05O (дата звернення: 01.04.2025).
12. Водолазька С. Типологічна характеристика перевидань. *Наукові записки Інституту журналістики*. Т. 40. 2010. С. 145-147
13. Волков А. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. Чернівці : Золоті литаври, 2001. 636 с.
14. Гринько Т. Цільова Аудиторія: що це і як визначити свою. *Друкарня*. URL: <https://drukarnia.com.ua/articles/cilova-auditoriya-sho-ce-i-yak-viznachiti-svoyu-hTiGj> (дата звернення: 01.04.2025).
15. Гузенко С. В. Теорія і практика редагування : навч. посіб. Миколаїв : МНУ імені В. О. Сухомлинського, 2019. 220 с.
16. Давня українська література. *Only art*. URL: <https://onlyart.org.ua/dictionary-literary-terms/davnya-ukrayinska-literatura/> (дата звернення 18.02.2025).
17. Демченко І., Пічкур М., Близнюк Т. Творчий розвиток учнів початкової школи засобами образотворчого мистецтва: монографія. Київ : Оміда, 2009. 218 с.
18. Елітарна і масова література. *Рідна мова*. URL: <https://sites.google.com/site/ukrpra/ukrainska-literatura/11-klas/Elitarna-i-masova-literatura> (дата звернення: 01.04.2025).
19. Загоруй А. Видавці, яким вдалося: як зростає попит на українську книгу за кордоном. *Читомо*. URL: <https://export.chytomo.com/pravazakordonom/> (дата звернення: 25.03.2025).
20. Звіт за результатами онлайн-опитування «Практики читання під час війни» URL: <http://news.uifuture.org/zvit-za-rezultatami-onlayn-opituvan/> (дата звернення 07.03. 2025).

21. Звіт за результатами онлайн-опитування «Рівень читання та дорослих у 2024 році» URL: <http://news.uifuture.org/zvit-za-rezultatami-onlayn-opituvan/> (дата звернення 07.03. 2025).
22. Ілюстрування: навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.051501 «Видавничо-поліграфічна справа». О. І. Пушкар, Т. Ю. Андрущенко. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 128 с.
23. Історія розвитку мистецтва шрифту: Конспект лекцій. Навч. посіб. для студ. спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація». КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Ю. О. Коренюк. Електронні текстові дані (1 файл: 4,6 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 76 с. URL: <https://ela.kpi.ua/items/eed1ee3d-9c04-4b96-a75a-10062bf17acc>. (дата звернення 03.04.2025).
24. Історія шрифтів: як з'явився перший шрифт URL: <https://la-crevet.com.ua/istoriya-shriftiv-yak-z-yavivsyia-pershiy-shrift/> (дата звернення 03.04.2025).
25. Кадоб'янська Н., Удовиченко Л. Зарубіжна література 2-ге видання, перероблене: підруч. для 9 кл. загальноосвіт. навч. закл. Харків : ТОВ «СИЦІЯ», 2022. 271 с.
26. Кваско, А., Сухорукова, О. Стан та тенденції розвитку видавничо-поліграфічної галузі України. Економіка та суспільство. № 51, 2023. 9 с.
27. Класифікація шрифтів. *Cases media*. URL: <https://cases.media/en/article/anatomiya-shriftu-ch-2-klasifikaciya-shriftiv> (дата звернення 19.03.2025).
28. Коваленко М. Ілюстрації як форма художнього вираження: дослідження впливу ілюстрацій на емоційне сприйняття літературного твору: Київський національний університет технологій та дизайну, 2023. 3 с.
29. Ковалів Ю. Архітектоніка (літературознавство) *Велика українська енциклопедія*. URL: [https://vue.gov.ua/%D0%90%D1%80%D1%85%D1%96%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0_\(%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D](https://vue.gov.ua/%D0%90%D1%80%D1%85%D1%96%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0_(%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D)

- [1%82%D1%83%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE\)](#) (дата звернення 25.03.2025).
30. Ковальчук Г. Ілюстрація. *Українська бібліотечна енциклопедія*. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%86%D0%BB%D1%8E%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F> (дата звернення 02.04.2025).
 31. Крайнікова Т. С. Коректура. Київ : Наша культура і наука, 2005. 252 с.
 32. Крайня В. Російська протикорабельна ракета зруйнувала в Харкові друкарню. *Детектор медіа*. URL: <http://surl.li/vsbspe> (дата звернення 15.02.2025).
 33. Курдюк О. О. Помилки та їх види. *Електронна бібліотека Інституту журналістики*. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1556> (дата звернення 03.04.2025).
 34. Літературний жанр. *Бібліотека поезії та літератури*. URL: <https://onlyart.org.ua/dictionary-literary-terms/literaturnyj-zhanr/> (дата звернення: 04.02.2025)
 35. Літературно-художнє видання. URL: http://um.co.ua/8/8-18/8-18076.html#google_vignette (дата звернення 01.02.2025).
 36. Макуха С. М. Вплив художньої літератури на становлення та розвиток особистості молодшої людини. Європейські орієнтири розвитку України: науково-практичний вимір в умовах воєнних викликів : матеріали міжнародна науково-практ. конф. 2024. С. 974-976.
 37. Масенко Л. Як політики СРСР змінювали українську мову. *КУНШТ*. URL: <https://www.kunsht.com.ua/articles/yak-politiki-srsr-zminyuvai-ukrainsku-movu#:~:text=%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8%20%D0%B2%20%D0%A1%D0%A0%D0%A1%D0%A0%20%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%8F%20%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B8,%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B8%20%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B8%20%D0%B1%D1%83%D0%BB%D0%BE%20%D1%80%D0%B0%D0%B4%D1%8F%D0%BD%D1>

[%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%BC%20%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BC.](#) (дата звернення 11.03.2025).

38. Матвійчук Л. Книжкова ілюстрація ХХІ століття: від традицій до сучасності. 2023. С. 260- 261. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/25172/3/%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B2%D1%96%D0%B9%D1%87%D1%83%D0%BA_%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87_%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84_%D0%B4%D0%BD%D1%96%D0%BF%D1%80%D0%BE_260-261.pdf (дата звернення 24.04.2025).
39. Ніколенко О., Конєва Т., Орлова О. та ін. Світова література : підруч. для 5 кл. загальноосвіт. навч. закл. Київ : Грамота, 2013. 296 с.
40. Носко А. М. Авторське редагування на етапі підготовки творів до перевидань. Наукові записки. 2015. № 1 (50). С. 278-288. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-50/35.pdf> (дата звернення: 01.04.2025).
41. Партико З. Основи видавничої справи : навч. посібник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. 304 с.
42. Перелік стаціонарних книгарень України. Оновлений. *Український інститут книги*. URL: <https://ubi.org.ua/uk/news/kategoriya-2/perelik-stacionalnih-knigaren-ukra-ni-onovleniy> (дата звернення 24.02.2025).
43. Петрова О., Бірюльов Ю. Імпресіонізм *Енциклопедія сучасної України*. URL: <https://esu.com.ua/article-13278> (дата звернення 10.04.2025).
44. Пономаренко В. Д., Ляхова О. В. Звуження значення як динамічний процес у лексико-семантичній системі сучасної української мови. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2014. № 70. С. 92-97. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIFL_2014_1107_70_20 (дата звернення: 01.04.2025).
45. Портрет ідеального клієнта: як правильно аналізувати аудиторію. *Школа бізнесу Нова пошта*. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/portret->

- [idealnogo-klienta-yak-pravilno-analizuvati-auditoriyu](#) (дата звернення: 01.04.2025).
46. Розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року “Читання як життєва стратегія” та затвердження операційного плану її реалізації на 2023-2025 роки». URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhvalennia-stratehii-rozvytku-chytannia-na-period-do-2032-roku-chytannia-iak-zhyttieva-s190-30323> (дата звернення 28.03.2025).
 47. Семенов Є. Тенденції розвитку електронних підручників в системі освіти України. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. 2022. № 63. С. 58–65.
 48. Семенчук І. Мистецтво композиції і характер. Київ : Вид-во об'єднання «Вища школа», 1974. 136 с.
 49. Семенюта І. Брак паперу, знищені друкарні та «ренесанс» української книжки. Як війна вплинула на видавців *Детектор media*. URL: <https://detector.media/rinok/article/209315/2023-03-24-brak-paperu-znyshcheni-drukarni-ta-renesans-ukrainskoi-knyzhky-yak-viyna-vplynula-na-vydavtsiv/> (дата звернення 28.03.2025).
 50. Серажим К. С. Літературне редагування. Київ : Паливода А. В., 2012. 142 с.
 51. Серажим К. Композиція та архітектоніка тексту: принципи редакторського втручання. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи: науково-практичний журнал /відп. ред. С. І. Кравченко; упоряд. М. А. Рожило. Луцьк : Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки, 2014. № 5 6 (5). С. 95-100.*
 52. Становище української мови в Україні у 2020 році. *Рух добровольців «Простір свободи»*. URL: <https://prostirsvobody.org/img/ck341/plugins/filemanager/browser/default/images/Sta.pdf> (дата звернення 03.03.2025).
 53. Становище української мови у 2014-2015 роках. *Детектор media*. URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/13691/2015-07-10->

analychnyy-oglyad-stanovyshche-ukrainskoi-movy-v-2014-2015-rokakh/

(дата звернення 06.03.2025).

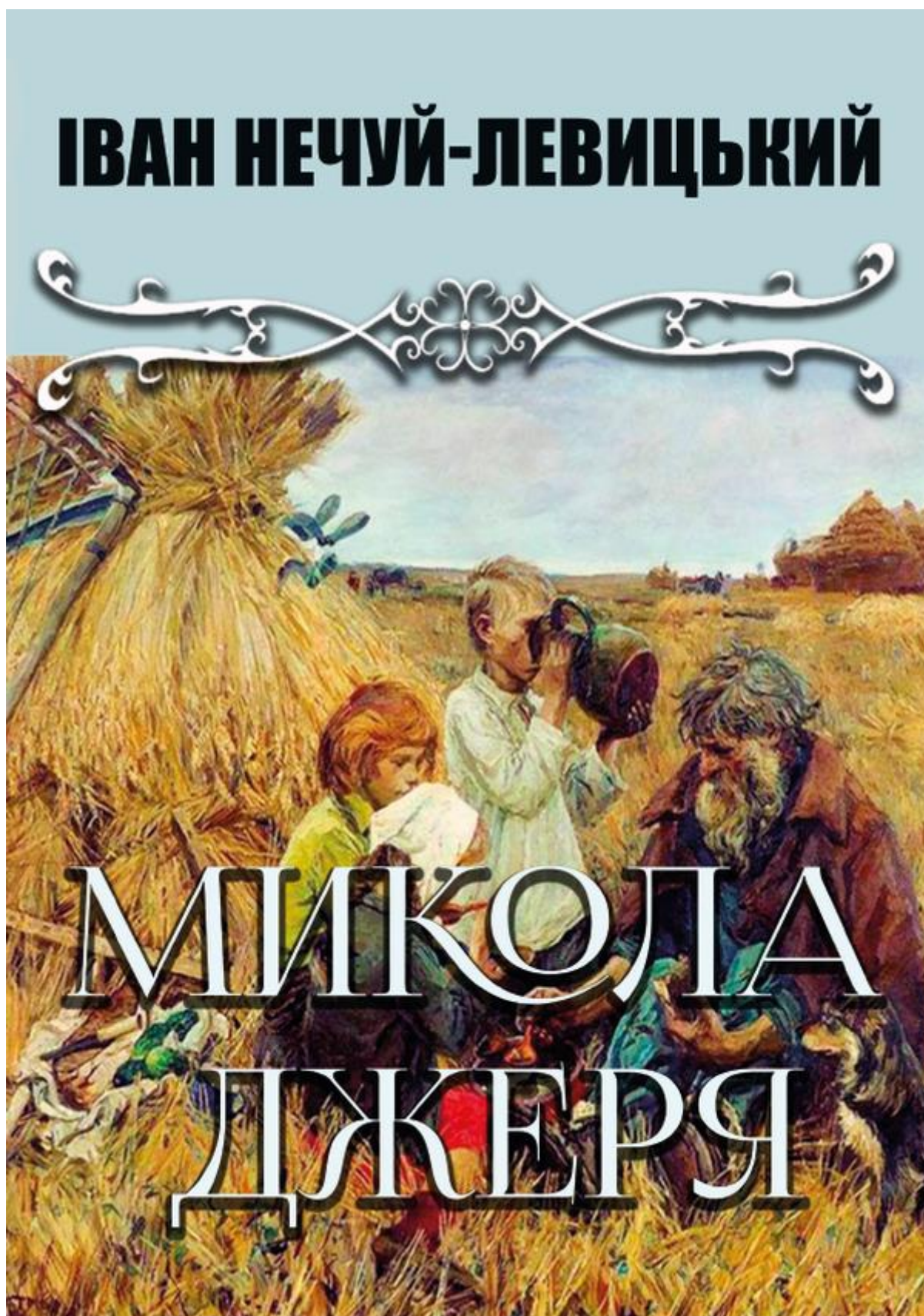
54. Тимошик М. Книга для автора, редаткора та видавця : практ. посіб. 2-ге вид., стереотип. Київ : Наша культура і наука. 2006. 560 с.
55. Тимошик М. Художнє редагування: теоретичні та практичні аспекти. Київ : Наша культура і наука, 2012. 38 с.
56. Ткаченко В. П., Чеботарьова І. Б., Киричок П. О., Григорова З. В. Енциклопедія видавничої справи: навч. посібник. Харків : ХНУРЕ, 2008. 320 с.
57. Українські видавництва на міжнародних книжкових ярмарках. *МКСК*. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/ukraina-bazhanyy-hist-na-svitovykh-knyzhkovykh-podiiakh/> (дата звернення 17.03.2025).
58. Федій О.А. Феномен бібліотерапії у сучасному освітньому процесі. Імідж сучасного педагога. 2023. № 1 (208). С. 63–67. URL: [https://doi.org/10.33272/2522-9729-2023-1\(208\)-63-67](https://doi.org/10.33272/2522-9729-2023-1(208)-63-67) (дата звернення: 16.04.2025).
59. Хорешко К. О., Писарська Н. В. Особливості нового українського правопису. Україна і світ: гуманітарно-технічна еліта та соціальний прогрес : матеріали всеукр. наук.-теорет. конф. студ. і аспірантів, м. Харків, 29 верес. 2022 р. Харків, 2022. С. 609–611. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60559> (дата звернення: 01.04.2025).
60. Челяк О. 10 українських книгарень збільшили виторг у 2024 році майже наполовину — Forbes Ukraine. *Суспільне культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/970421-10-ukrainskih-knigaren-zbilsili-vitorg-u-2024-roci-majze-napolovinu-forbesukraine/#:~:text=%D0%BC%D1%83.%20%22%D0%92%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%9B%D0%B5%D0%B2%D0%B0> (дата звернення: 01.04.2025).

61. Шевченко В. Художньо-технічне редагування. Київ : Паливода А. В., 2010. 516 с.
62. Шевченко В. Шрифтове оформлення видань. *Електронна бібліотека Інституту журналістики*. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1663> (дата звернення 20.10.2025).
63. Шурло А. В. Основні норми редагування тексту — числа, скорочення, цитати, одиниці виміру, посилання. Міждисциплінарні дослідження науки XXI століття : матеріали всеукр. науково-практ. інтернет-конф. молодих уч. та студентів, м. Київ, 1 груд. 2021 р. 2021. С. 197-192.
64. Що таке елітарна література? *Лекторіум*. URL: <https://surl.li/czkcxb> (дата звернення: 01.04.2025).
65. Best Fonts and Sizes for Books: A Complete Guide. URL: <https://www.papertrue.com/blog/best-fonts-for-books/> (дата звернення 20.04.2025).
66. Best Fonts for Books: How to Choose. URL: <https://typetype.org/blog/best-fonts-for-books-how-to-choose/> (дата звернення 20.04.2025).
67. Definition of «reprint» URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/reprint#:~:text=A%20reprint%20is%20a%20new,been%20made%20to%20the%20original.>
(дата звернення 12.03.2025).
68. FAQs: Publication Formats, Reprints, Editions, etc. URL: https://www.isbn.org/faqs_formats_reprints_editions#:~:text=A%20reprint%20means%20more%20copies,the%20product%20that%20was%20expected.
(дата звернення 12.03.2025).
69. What is genre in literature? Definition, examples of literary genres URL: <http://www.woodheadpublishing.com/literary-devices/genre>
(дата звернення 14.03.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

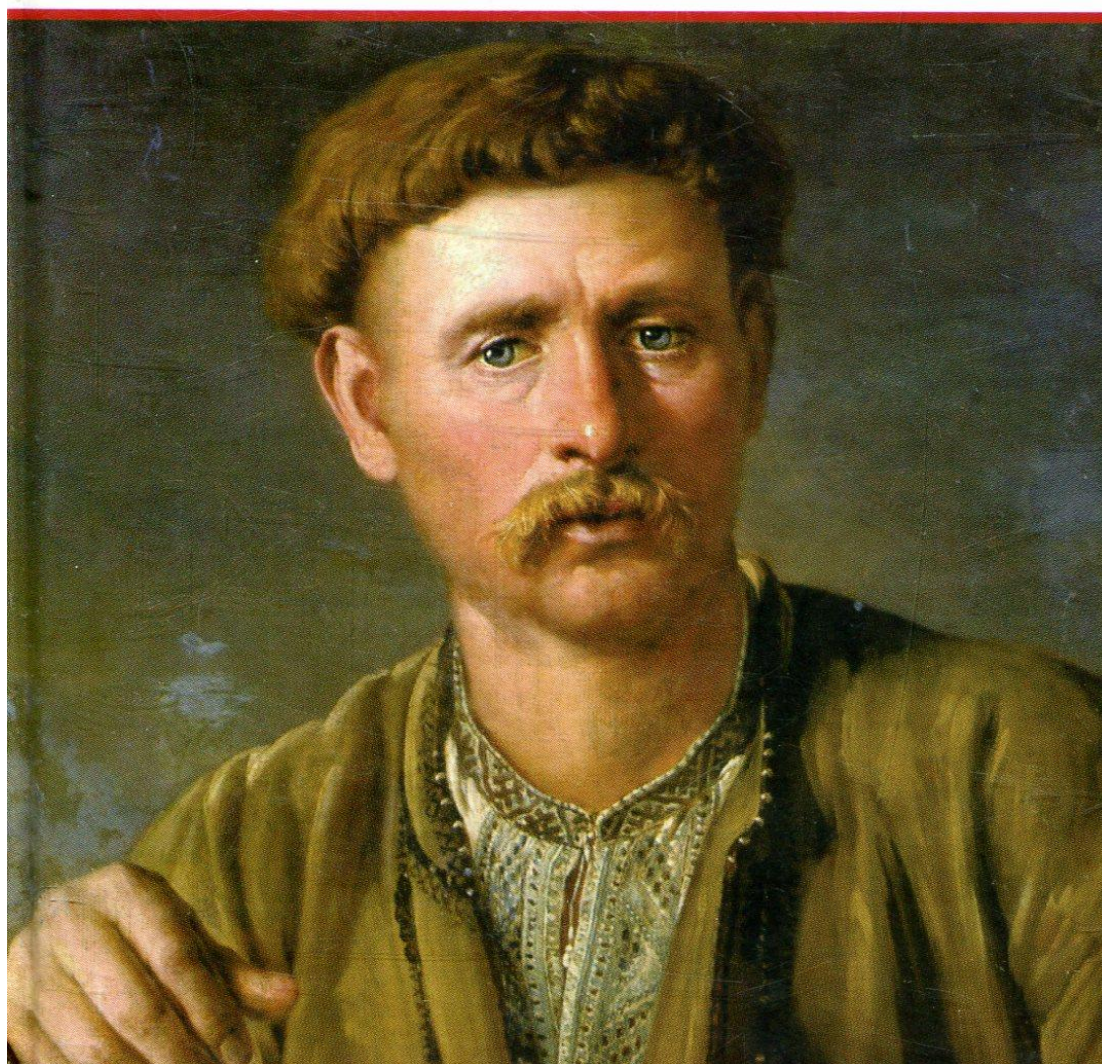
Обкладинка перевидання 2021 року



Обкладинка перевидання 2019 року

Іван НЕЧУЙ-ЛЕВИЦЬКИЙ

МИКОЛА ДЖЕРЯ



Обкладинка перевидання 2012 року

