

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики

.....  
Borys Grinchenko Kyiv University  
Institute of Journalism

**Інтегровані комунікації**  
.....  
**Integrated communications**

**Випуск 1**

.....  
**Issue 1**

**Київ  
2016**

# Інтегровані комунікації. Випуск 1. 2016

Засновник

**Київський університет імені Бориса Грінченка**

(Свідоцтво про державну реєстрацію: КВ № 21991-11891Р від 31. 03. 2016 р.)

Виходить двічі на рік

Рекомендовано Вченою радою Київського університету імені Бориса Грінченка

(протокол № 9 від 29. 09. 2016 р.)

Усі права застережено. Посилання на матеріали видання під час їх цитування обов'язкові

## Редакційна колегія наукового видання

Голова редколегії:

**Новохатько Л. М.**, д-р іст. наук, проф. Університету Грінченка (Київ, Україна)

Головний редактор:

**Горбенко Г. В.**, канд. пед. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна)

Заступник головного редактора:

**Вернигора Н. М.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна)

Відповідальний секретар:

**Захарчук О. В.**, фахівець відділу документації та діловодства Інституту журналістики Університету Грінченка (Київ, Україна)

Редакційна колегія:

**Кафтанджигев Х.**, д-р філол. наук, проф. Софійського ун-ту (Софія, Болгарія),

почесний проф. російсько-американської Академії авторизованої освіти, почесний член Гільдії російських маркетологів,

**Ворен Р.**, канд. наук з політології, проф. Державного ун-ту св. Іллі (Тбілісі, Грузія),

проф. Університету Вітаутаса Великого (Каунас, Литва),

**Ковальчик Р. В.**, д-р реабілітований, проф. Інституту історії Лодзького ун-ту (Лодзь, Польща),

**Безчотнікова С. В.**, д-р філол. наук, проф. Маріупольського держ. ун-ту (Маріуполь, Україна),

**Воскобойнікова-Гузєва О. В.**, д-р наук із соц. комунік., проф. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Гоян О. Я.**, д-р філол. наук, проф. КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, Україна),

**Крайнікова Т. С.**, д-р наук із соц. комунік., проф. КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, Україна),

**Мітчук О. А.**, д-р наук із соц. комунік., проф. Міжнародного ун-ту «Рівненський економіко-гуманітарний ін-т» імені Степана Дем'янчука (Рівне, Україна),

**Кравченко С. І.**, д-р наук із соц. комунік., проф. Східноєвропейського нац. ун-ту імені Лесі Українки (Луцьк, Україна),

**Белофастова Т. Ю.**, канд. пед. наук, проф. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Балабанова К. Є.**, канд. пед. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Вернигора С. М.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Гусак О. П.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Курбан О. В.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Макарова М. В.**, канд. культурології, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Масімова Л. Г.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Нетреба М. М.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Нестеряк Ю. В.**, канд. філол. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Полковенко Т. В.**, канд. філол. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Прокопенко Л. С.**, канд. іст. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Сошинська В. Є.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

**Ярошенко Р. В.**, канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна)

**Інтегровані комунікації = Integrated communications** : науковий журнал / голов. ред. Г. В. Горбенко ; Київський університет імені Бориса Грінченка. – Київ, 2016. – 100 с.

«Інтегровані комунікації» – новостворений науковий журнал Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. У журналі публікуються оригінальні завершені статті та наукові повідомлення з досліджень у галузі журналістики, теорії та історії соціальних комунікацій, прикладних соціальнокомунікаційних технологій, реклами та зв'язків з громадськістю, видавничої справи та редагування, книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства, документознавства, архівознавства.

Для науковців, студентів і фахівців соціальнокомунікаційної галузі.

© Київський університет імені Бориса Грінченка, 2016

© Автори публікацій, 2016

# Integrated communications. Issue 1. 2016

Borys Grinchenko Kyiv University  
(Certificate of registration: KB № 21991-11891P, 31. 03. 2016)

The biannual edition

The journal is approved by academic council of Borys Grinchenko Kyiv University  
(protocol № 9, 29. 09. 2016)

All rights reserved. No part of this publication may be produced without permission of the publishers.

## Editorial Board of the academic journal

Head of Editorial Board:

**Leonid Novokhatko**, D. Sc. (History), Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine)

Editor-in-Chief:

**Halyna Horbenko**, PhD (Pedagogy), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine)

Deputy Editor-in-Chief:

**Nina Vernyhora**, PhD (Social Communications), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine)

Executive Editor:

**Olesia Zakharchuk**, Specialist of the Department of documentation and paperwork of the Institute of Journalism of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine)

Editorial Board:

**Christo Kaftandjiev**, D. Sc. (Philology), Professor of the Sofia University (Sofia, Bulgaria),  
honorable Professor of International Academy of Authorized Education, honorable member of the Guild of Russian Marketers,

**Robert Van Voren**, PhD (Politology), Professor of Ilia State University (ISU) (Tbilisi, Georgia),

Professor of Vytautas Magnus University (VMU) (Kaunas, Lithuania),

**Rafal Victor Kovalchuk**, Dr Hab., Professor of Institute of History of the University of Lodz (Lodz, Poland),

**Svitlana Bezchotnikova**, D. Sc. (Philology), Professor of Mariupol State University (Mariupol, Ukraine),

**Olena Voskoboinikova-Huzieva**, D. Sc. (Social Communications), Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Oles Hoian**, D. Sc. (Philology), Professor of Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine),

**Tetiana Krainikova**, D. Sc. (Social Communications), Professor of Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine),

**Olga Mitchuk**, D. Sc. (Social Communications), Professor of International University of Economics and Humanities  
named after Academician Stepan Demianchuk (Rivne, Ukraine),

**Svitlana Kravchenko**, D. Sc. (Social Communications), Professor of Lesya Ukrainka Eastern European  
National University (Luts'k, Ukraine),

**Taisiia Belofastova**, PhD (Pedagogy), Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Kateryna Balabanova**, PhD (Pedagogy), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Svitlana Vernyhora**, PhD (Social Communications), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Olga Husak**, PhD (Social Communications), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Oleksandr Kurban**, PhD (Social Communications), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Mariia Makarova**, PhD (Cultural Studies), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Larysa Masimova**, PhD (Social Communications), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Marharyta Netreba**, PhD (Social Communications), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Iurii Nesteriak**, PhD (Philology), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Taras Polkovenko**, PhD (Philology), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Liliia Prokopenko**, PhD (History), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Victoriia Soshynska**, PhD (Social Communications), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine),

**Roman Yaroshenko**, PhD (Social Communications), Associate Professor of Borys Grinchenko Kyiv University (Kyiv, Ukraine)

**Інтегровані комунікації = Integrated communications:** an academic  
I 73 journal / editor-in-chief Halyna Horbenko ; Borys Grinchenko Kyiv  
University. – Kyiv, 2016. – 100 p.

«Integrated communications» is a newly created academic journal of the Institute of Journalism of Borys Grinchenko Kyiv University. The original articles and reports related to researches in the sphere of journalism, theory and history of social communications, applied social communication technologies, advertising and public relations, publishing and editing, book science, library science, bibliography science, document science, archive science are published in this journal.

The academic journal is intended for scientists, students and specialists of social communication sphere.

© Borys Grinchenko Kyiv University, 2016

© Authors of publications, 2016

# ЗМІСТ

## РЕКЛАМА І ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

<b>Горбенко Г. В.</b> Розвиток професійних компетентностей бакалаврів реклами і зв'язків з громадськістю . . .	6
<b>Афанасьєв І. Ю.</b> Використання української «Вікіпедії» у зв'язках з громадськістю . . . . .	11
<b>Вернигора С. М.</b> Навчальні курси англійською мовою в українських вишах: освітні експерименти чи виклики сьогодення (на прикладі дисциплін кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка) . . . . .	18
<b>Гусак О. П.</b> Комунікаційна безпека як напрям підготовки фахівців: сутність, зміст компетентностей, перспективи розвитку . . . . .	23
<b>Єжижанська Т. С.</b> Ціннісний підхід до комунікацій з цільовою аудиторією за допомогою спіральної динаміки . . . . .	28
<b>Кияниця Є. О.</b> Аналіз основних моделей зв'язків з громадськістю в соціально-культурній сфері . . .	36
<b>Курбан О. В.</b> Сучасні маркетингові комунікації та алгоритмізація бізнес-процесів . . . . .	43
<b>Горбенко Н. В.</b> Роль рекламної діяльності в підвищенні конкурентоспроможності вищих навчальних закладів України . . . . .	49

## ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

<b>Вернигора Н. М.</b> Збірник літературно-художніх творів для сучасних підлітків: проблеми видавничої підготовки . . . . .	55
<b>Масімова Л. Г.</b> Тропи візуального тексту мас-медіа . . . . .	60
<b>Полковенко Т. В.</b> Особливості редагування науково-популярних текстів для публікації в мережі Інтернет . . . . .	66

## КНИГОЗНАВСТВО, БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВО І БІБЛІОГРАФІЯ

<b>Макарова М. В.</b> Видавничі осередки на західноукраїнських землях XVI–XVII ст., їх роль у збереженні української духовної культури . . . . .	71
<b>Зотова В. А., Матвійчук О. Є.</b> Соціальна динаміка діяльності бібліотеки Київського університету імені Бориса Грінченка . . . . .	78

## РЕЦЕНЗІЇ, ВІДГУКИ, ПОКАЖЧИКИ ЗМІСТІВ

<b>Захарчук О. В.</b> Бібліографічний огляд книжкових видань кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка . . . . .	84
---	----

## НАУКОВІ РОЗВІДКИ СТУДЕНТІВ

<b>Ярмак Н., Єленська Л.</b> Розроблення серії книжкових видань для дітей: перший досвід командної роботи . . . . .	89
---	----

## НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ КАФЕДРИ

<b>Поліщук Т. І.</b> Науково-дослідна робота кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка (2012–2015). . . . .	93
--	----

# CONTENTS

## ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

---

- Horbenko Halyna.** Development of professional competence of bachelors of advertising and public relations . 6
- Afanasiev Illia.** Using the Ukrainian Wikipedia in public relations . . . . . 11
- Vernyhora Svitlana.** Teaching the vocational subjects in English at the Ukrainian higher education institutions: educational experiment or today's challenge (the case of disciplines of the Department of Advertising and Public Relations Humanitarian Institute of Borys Grinchenko Kyiv University) . . 18
- Husak Olga.** Communication security as the program of specialists training: substance, content of competencies, prospects of development . . . . . 23
- Yezhyzhanska Tetiana.** Value approach to communication with the target audience through spiral dynamics . . . . . 28
- Kyianytsia Yevheniia.** The main models of public relations in the socio-cultural sphere . . . . . 36
- Kurban Oleksandr.** The modern marketing communications and algorithmization of business processes . . 43
- Horbenko Nataliia.** The role of promotional activities in ingressing competitiveness of the Ukrainian higher education institutions . . . . . 49

## PUBLISHING AND EDITING

---

- Vernyhora Nina.** Collection of literary and artistic works for modern teenagers: a problem of editing . . . . . 55
- Masimova Larysa.** The tropes of the media visual text . . . . . 60
- PolkovenkoTaras.** Specific nature of editing of scientific popular texts for posting on the Internet . . . . . 66

## BOOK SCIENCE, LIBRARY SCIENCE AND BIBLIOGRAPHY

---

- Makarova Mariia.** Publishing centers in the western Ukrainian territories of XVI–XVII centuries, the ir role in preservation of the Ukrainian spiritual culture . . . . . 71
- Zotova Viktoriia, Matviichuk Oksana.** Socio-cultural dynamics of activity of the library of Borys Grinchenko Kyiv University . . . . . 78

## REFEREE REPORTS, REVIEWS, CONTENT INDEX

---

- Zakharchuk Olesia.** Bibliographical review of book editions of the Department of Advertising and Public Relations of Humanitarian Institute of Borys Grinchenko Kyiv University . . . . . 84

## SCIENTIFIC RESEARCHES OF STUDENTS

---

- Yarmak Nataliia, Yelenska Liliia.** Development of series of books for children: the first experience of team work . . . . . 89

## SCIENTIFIC AND PRACTICAL ACTIVITY OF THE DEPARTMENT

---

- Polishchuk Tetiana.** Scientific studies of the Department of Advertising and Public Relations of Humanitarian Institute of Borys Grinchenko Kyiv University (2012–2015) . . . . . 93

**Полковенко Т. В.,**  
канд. філол. наук, доцент,  
Інститут журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка

**Polkovenko Taras,**  
Candidate of Philological Sciences,  
Associate Professor, Institute of Journalism  
of Borys Grinchenko Kyiv University

УДК 655.51: [801.8 + 004.912]

## ОСОБЛИВОСТІ РЕДАГУВАННЯ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ТЕКСТІВ ДЛЯ ПУБЛІКАЦІЇ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

### SPECIFIC NATURE OF EDITING OF SCIENTIFIC POPULAR TEXTS FOR POSTING ON THE INTERNET

**Анотація.** У статті проаналізовано специфіку редагування науково-популярних текстів для публікації в мережі інтернет на рівні опрацювання фактичного матеріалу та роботи над стилем.

**Ключові слова:** науково-популярний текст, редагування, стиль, факт, інтернет.

**Abstract.** The article deals with the specific nature of editing of scientific popular texts on the stage of factual materials processing and style editing for posting them on the Internet.

**Keywords:** scientific popular texts, editing, style, fact, Internet.

**Вступ.** Досвідчені редактори, які звикли редагувати тексти для друкованих джерел інформації, часто виявляються неспроможними належним чином підготувати матеріали для мережі інтернет, а тим більше складно це буде зробити молодому фахівцеві. Сучасний редактор має володіти навичками підготовки будь-яких текстів як для публікації у друкованому засобі масової комунікації, так і для інтернет-видань. Саме в цьому вбачається потреба пояснення норм редагування матеріалів для мережі інтернет на прикладі науково-популярних текстів.

**Метою дослідження** є визначення принципів роботи редактора із фактажем і стилем науково-популярних текстів, які готуються до публікації в мережі інтернет.

**Огляд літератури** вказує на те, що різними аспектами редагування науково-популярних текстів цікавилися О. Галич [1], А. Коваль [2], В. Різун [3], О. Пономарів [4], А. Соколов [5] та ін.

**Методами дослідження** слугували аналітичний, описовий, історичний та прагматичний.

#### **Результати й обговорення**

1. **Ключова особливість науково-популярного тексту в мережі інтернет** – його фактична основа. Тематика певного журналістського матеріалу – це те, що насамперед приваблює представників певного читачького кола. Проте і для друкованого, і для

інтернет-видання будь-яка тема має розкриватися через відповідні факти.

Редакторська увага до фактажу повинна базуватися на розумінні того, що факт – це не тільки певний елемент дійсності, а й те, що супроводжує цей факт, що створює тло, на якому конкретний факт описано автором. Такими фактами зазвичай бувають імена, події, дати, цифри тощо. Усі ці елементи здатні поліпшити розкриття теми.

Виникає питання, чи редактору необхідно якось оцінювати фактичну основу авторського тексту, чи варто прискіпливо перевіряти точність і достовірність фактів? Деякі редактори прагнуть залишати достовірність фактажу повністю під контролем автора, мотивуючи це тим, що автор несе відповідальність за твір і має все перевірити й уточнити, більше того, він краще ознайомлений з темою та володіє матеріалом. Але досвідчені та відповідальні редактори не менше, ніж сам автор, розуміють свою відповідальність за всі наведені у певному тексті факти.

У журналістській і редакторській практиці добре відомо, що помилки допускають і найвідповідальніші редактори, і найавторитетніші автори, крім того, автору досить складно редагувати «самого себе», особливо у момент створення тексту. До того ж існує постійний брак часу при передаванні матеріалів для публікації у мережі інтернет.

Саме тому автори часто не можуть ретельно перевірити всі наявні в тексті факти.

Щоб критично поставитися до власного твору, зуміти його правильно допрацювати, потрібен певний ступінь відчуженості. Є автори, які досягають цього з часом, але є й такі, які після написання не бажають втручатися у свій текст. Саме тому робота редактора з фактами є обов'язковою.

Проведене у 2014 р. серед студентів-філологів Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка опитування стосовно оцінювання публікацій науково-популярних матеріалів у мережі інтернет виявило, що ступінь довіри до таких текстів низький, хоча ступінь зацікавленості є доволі високим. Єдиним винятком були ті науково-популярні матеріали, які супроводжувалися фаховими коментарями. Це означає, що редактори інтернет-видань під час роботи з науково-популярними текстами мають ширше залучати для оцінки, перевірки та коментування наявних у них фактів експертів різних галузей (хоча це справедливо і для друкованих засобів масової комунікації).

Основним критерієм у процесі роботи редактора з фактами у науково-популярному тексті є оцінювання їх значущості та кількісного складу. Звичайно, під час підготовки до публікації науково-популярного матеріалу в мережі інтернет від певної частини фактажу можна взагалі відмовитись, особливо це стосується тих фактів, які вимагають ґрунтовної перевірки та можуть призвести до неправильного розкриття теми.

У редактора науково-популярного тексту, призначеного для публікації в мережі інтернет, є два основних завдання: а) оцінити сутність фактів, які пропонує читачу автор; б) оцінити новизну, значущість, системність фактів, що і визначатиме повноту змісту тексту. Редактор має перевірити, чи факти не відібрані доволіно, чи автор не оперує фактами окремо від інших, з ними пов'язаних (навіть якщо самі факти достовірні, загальна картина дійсності може бути деформована).

Факти мають відповідати тій ролі, яку вони покликані відіграти у кожному конкретному випадку, наприклад, уточнювати, ілюструвати загальні положення, бути основою для висновків тощо.

Щоб не допускати помилок у фактичній основі науково-популярних текстів, редакторів варто перевіряти таке: назви; терміни; числа; дати; одиниці величин; прізвища, імена; географічні відомості; не конкретизовані у тексті положення; вирішальні для передавання значення або відтінку значення слова; згадки про загальновідомі події; підписи до ілюстрацій; посилання; цитати.

Редактор науково-популярних текстів, зокрема тих, які будуть опубліковані в мережі інтернет, не

повинен залишати без уваги будь-які факти, що викликають щонайменший сумнів. Існує кілька способів для перевірки точності та достовірності тексту: а) конкретизація загальних положень і уточнення невизначених, що дає змогу уявити можливі варіанти допущеної викладом дійсності; б) пошук фактів, що суперечать основному тексту (наприклад, факти, які створюють хронологічну невизначеність, числову невідповідність у тексті тощо); в) встановлення співвіднесеності фактів, коли факти у тексті корелюються з фактами, відомими як редактору, так і широкому читачському загалу (якщо факти корелюються з іншими, пов'язаними за значенням; факти, повторювані між собою; факти, пов'язані всередині тексту посиленнями; факти одного ряду з узагальнювальним словом; підрахунки; перебудова низки фактів за іншим принципом; осмислення значення термінів та іншомовних слів; наочне представлення опису в тексті; перевірка джерел фактів тощо).

Редактор науково-популярних матеріалів має бути уважний і під час роботи з цифровими даними, які також складають фактичну основу тексту. Серед основних вимог опрацювання редактором цифрових даних науково-популярних матеріалів є такі:

- уникати перевантаження тексту цифрами, щоб не ускладнювати процес читання;
- допускати цифри лише тоді, коли вони справді здатні донести до читача інформацію про певне явище, яке вони мають ілюструвати;
- подавати цифри за можливості аналогічно (в одних і тих самих одиницях вимірювання);
- ставити цифри в однаковій граматичній формі (щоб вони могли легко сприйматися).

Важливою для фактажу в науково-популярному тексті є й наявність цитат. Працюючи з цитатами, редактор оцінює, по-перше, ту роль у тексті, яку вони відіграють, по-друге, точність, по-третє, чи відповідає авторське тлумачення істинному значенню цитати. Аналізуючи роль цитат у тексті, редактор оцінює також обґрунтованість цитування. Для цього потрібно враховувати, яка у кожному конкретному випадку мета цитування, наприклад:

- авторитетне підтвердження конкретних фактів;
- додавання цитати як аналізованого об'єкта;
- використання цитати як виразного висловлення думки;
- додавання документальності висновкам і положенням;
- ілюстрування певного твердження або спростування.

Редактор має визначити мету цитати у конкретному контексті, й тоді можна встановити, чи доречна вона, чи виправдане її використання. Лише в тому разі, якщо всі використані цитати

збагачують твір, допомагають автору реалізувати ідею матеріалу, якщо обсяг цитат відповідає меті, заради якої вони наводяться, потрібно починати редакторську перевірку точності наведених висловлювань.

Редактору науково-популярного тексту необхідно розрізняти буквальну і смислову точність цитування. Вимоги буквальної точності: цитата повинна повністю збігатися з джерелом, буква до букви, слово до слова. Вимогою смислової точності є те, що значення цитати не повинне спотворюватися по суті: мають бути використані не лише ті слова, які узгоджуються з точкою зору того, хто їх цитує, а й ті, що розходяться з нею (ніякі слова цитати не повинні бути вирвані з контексту, насамперед це стосується перекладного тексту).

Трапляється й такий різновид смислової неточності, коли той, хто цитує, далі спотворено коментує (тлумачить) цитату. Якщо порушення буквальної точності виникає внаслідок неухважності або безвідповідальності автора чи редактора, то порушення смислової точності часто є умисною дією і має тлумачитись як порушення норм етики.

2. *Науково-популярні тексти в мережі інтернет мають свій неповторний стиль.* Відібрані редактором факти у науково-популярних текстах, підготовлених для публікації в інтернеті, можуть викликати неабиякий інтерес у користувачів мережі, проте без врахування стилістичних особливостей подібних матеріалів інформація сприймається читачами поверхово, не набуваючи статусу «важливо для детального ознайомлення». Тому й автор, і редактор мають враховувати необхідність правильного та зрозумілого висловлювання своєї думки.

Науково-популярний текст у мережі інтернет повинен звучати ясно, точно, стисло, доказово, з урахуванням норм логічного мислення. Редактор має аналізувати текст за всіма цими вимогами, а також звертати увагу на послідовність викладу автором думок.

Одна з головних порад редактору – намагатися бачити текстовий матеріал і з погляду автора, і з погляду читача, причому це стосується будь-яких текстів, а не тільки науково-популярних. Для читача важливе передусім загальне враження про текст, на основі чого виникає прагнення звернути увагу на окремі елементи, наприклад, факти, щоб зрештою зрозуміти його найкращим чином. А от для автора пріоритетною є його власна інтерпретація тексту. Якщо редакторові вдається побачити єдність важливих як для читача, так і для автора аспектів науково-популярного тексту, тоді й буде успішно донесено певну інформацію. Інакше йому доведеться розпочати клопітку роботу над стилем

(а також композицією) науково-популярного матеріалу.

Перебуваючи на позиціях читача, редактор має усвідомлювати, що реципієнтові властиве первинне й остаточне сприйняття. Первинне – це найперше, мимовільне розуміння значення, що виникає нібито саме собою, ще до того, як читач встигає дійти остаточного висновку про конкретний текст. Різниця у часі між цими етапами може бути мінімальною, але якщо первинне сприйняття відрізняється від остаточного хоч на йоту, значить, у перший момент виникає помилковий смисловий зв'язок і читачеві доведеться самотужки виконати роботу з уявного відновлення правильного зв'язку, а текст поки що є стилістично недосконалим.

Звичайно, середньостатистичний читач у більшості випадків може сам усе з'ясувати, щоб зрештою в нього склалося правильне розуміння науково-популярного тексту. Але такі моменти відволікають від змісту, стомлюють, ускладнюють сприйняття матеріалу. Тож редактор має працювати над тим, щоб текст завжди легко і правильно сприймався від початку і до останньої крапки.

Ясність є однією з найважливіших властивостей мови, а також може бути своєрідним мірилом стилістичної якості тексту. Якщо кожне слово в реченнях під час першого ж прочитання розуміється саме в тому з усіх можливих значень, у якому воно вжито автором, якщо при цьому якнайліпше передається авторська думка, тоді текст не потребує редакторського втручання.

Основною ж причиною порушення ясності є двозначність. Порушення ясності відбувається або через неправильне розуміння окремого елемента речення (слова), або через неправильне розуміння зв'язку слів.

Точність авторської думки виражена в його мові. Можуть бути такі причини порушення комунікативної точності:

- у тексті використано слова, подібні за значенням;
- у тексті використано слова, схожі за звучанням;
- у тексті використано слова, схожі як за значенням, так і за звучанням;
- у тексті використано слова одного семантичного поля.

Редакторів призначеного для публікації в мережі інтернет науково-популярного тексту вдасться скоригувати неточно сформульовану думку автора в тому разі, якщо чітко і в образній формі уявити те, що прагнув передати автор, розуміючи те, чим уже сказане відрізняється від того, що потрібно було сказати. Коли вдається виявити цю



різницю, тоді можливо знайти і причину неточності, і спосіб для її усунення.

Науково-популярний текст в мережі інтернет має бути стислим. На відміну від друкованих засобів інформації, в мережі інтернет інформація має бути переважно подана лаконічно. Стислість – уміння передати думку якомога меншою кількістю слів, без невиправданого дублювання всередині тексту. Головна стилістична вимога тут одна: без необхідності не повторювати вже сказаного і не пояснювати і без того зрозумілого.

У науково-популярному тексті не повинно бути зайвих слів – тих, які повторюють значення, виражене якимось іншим елементом речення. Тобто проблема зайвого слова стає очевидною під час оцінки відносин між словами.

Можливість прибрати із тексту зайві слова, здається, – чи не найпростіша справа для редактора. Проте слід обережно підходити до скорочення, на перший погляд, «зайвого»: воно цілком може виявитися необхідним. У процесі редагування науково-популярного тексту потрібно дбайливо й уважно оцінити стиль автора, осмислити весь матеріал, і тоді, можливо, виявиться, що і повтори, і певні звороти «працюють на текст», допомагають повніше розкрити тему.

Іншою проблемою науково-популярного тексту в мережі інтернет часто виявляється неповнота – істотний недолік, який виникає, зокрема, у процесі «підганання» обсягу матеріалу до наявного на інтернет-сторінці місця (шаблону). Авторів і молодому редактору після всіляких текстових скорочень здається, що все ясно, інформації вдосталь, але окремі елементи все ж втрачаються. При цьому текст наповнюється смисловими розривами, інформаційними лакунами, наприклад, через пропуск слова.

Водночас неповнота науково-популярного тексту може бути уявною: коли пропуск, «втрата» якогось елемента жодним чином не позначається на сприйнятті (або навіть є стилістичним прийомом). У таких випадках, звичайно, «відновлення» конструкції тексту до «нормального» вигляду тільки шкодитиме – у тексті з'являться зайві слова або зникне гра слів.

Стиль науково-популярних текстів для мережі інтернет вимагає від автора неабиякого словникового запасу, вміння знаходити синоніми, різні форми для назви явищ, про які доводиться неодноразово згадувати. Основні помилки, що порушують необхідну різноманітність, пов'язані якраз із невмілим поводженням із лексикою. У цьому сенсі редактор повинен звертати увагу на таке:

- невиправдане повторення однокореневих слів, коли виникає багатослівність і ускладнюється комуні-

кація (у цьому разі потрібна синонімічна заміна);

- випадкова рима, яка відволікає читача від змісту (у такому випадку можлива синонімічна заміна, зміна граматичної форми слова – щоб рима зникла);

- повтори – особливо повтори одного і того самого слова в різних значеннях – ускладнюють сприйняття тексту читачем (бажана синонімічна заміна);

- повтор як стилістичний прийом (на відміну від попередніх ситуацій повторювання окремих слів або словосполучень і навіть цілих фраз іноді може покращити донесення основної думки автора до читача).

**Висновки.** У редакторській діяльності увага до адаптованих для мережі інтернет науково-популярних текстів не випадкова. По-перше, подібними матеріалами щодня цікавляться мало не всі користувачі мережі інтернет. По-друге, існують спеціалізовані, фахові та галузеві інтернет-видання з текстами подібного ґатунку. По-третє, сучасна інтернет-періодика, вміщуючи на своїх сторінках матеріали науково-популярного стилю, здатна задовольнити інтелектуальні потреби сучасної молоді. Тому редактор має бути готовим до роботи з відповідними текстами.

Варто наголосити й на негативній саме для мережі інтернет тенденції зниження загального рівня культури текстів, особливо матеріалів науково-популярної тематики, що пов'язано з перебуванням у видавничій галузі авторів і редакторів без відповідного фаху або спеціалістів, що не мають достатньої для написання текстів практичної підготовки.

Звичайно, з часом у кожного, хто здійснює написання та редагування певних матеріалів, з'являється необхідний досвід. Ця стаття буде корисною авторам і редакторам, філологам і журналістам – усім, хто має справу з науково-популярними та іншими текстами.

#### Список літератури

1. Галич О. Теорія літератури : підручник / Олександр Галич, Віталій Назарець, Євген Васильєв ; за наук. ред. О. Галича. – Київ : Либідь, 2001. – 488 с.
2. Коваль А. П. Науковий стиль сучасної української літературної мови: Структура наукового тексту / А. П. Коваль. – Київ : Вид-во Київ. ун-ту, 1970. – 306 с.
3. Різун В. В. Нариси про текст: Теоретичні питання комунікації і тексту / В. В. Різун, А. І. Мамалига, М. Д. Феллер. – Київ : Вид-во Київ. ун-ту, 1998. – 336 с.
4. Пономарів О. Д. Культура слова. Мовностилістичні поради : навч. посіб. / О. Д. Пономарів. – 2-ге вид., стереотип. – Київ : Либідь, 2001. – 240 с.
5. Соколов А. Н. Теория стиля / А. Н. Соколов. – Москва : Искусство, 1968. – 224 с.

**Reference list**

1. Halych O. Teoriia literatury : pidruchnyk / Oleksandr Halych, Vitalii Nazarets, Yevhen Vasyliiev ; za nauk. red. O. Halycha. – Kyiv : Lybid, 2001. – 488 s.
2. Koval A. P. Naukovyi styl suchasnoi ukrainskoi literaturnoi movy: Struktura naukovoho tekstu / A. P. Koval. – Kyiv : Vyd-vo Kyiv. un-tu, 1970. – 306 s.
3. Rizun V. V. Narysy pro tekst: Teoretychni pytannia komunikatsii i tekstu / V. V. Rizun, A. I. Malyha, M. D. Feller. – Kyiv : Vyd-vo Kyiv. un-tu, 1998. – 336 s.
4. Ponomariv O. D. Kultura slova. Movno stylistychni porady : navch. posib. / O. D. Ponomariv. – 2-he vyd., stereotyp. – Kyiv : Lybid, 2001. – 240 s.
5. Sokolov A. N. Teoriya stilja / A. N. Sokolov. – Moskva : Iskusstvo, 1968. – 224 s.

*Подано до редакції 29. 08. 2015 р.*

**Полковенко Т. В.**, канд. філол. наук, доцент,  
Інститут журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка

**ОСОБЕННОСТИ РЕДАКТИРОВАНИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТОВ  
ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

**Аннотація.** *В статті розглядається специфіка редагування науково-популярних текстів для публікації в мережі інтернет на рівні редакторської роботи з фактичним матеріалом і стилем.*

**Ключевые слова:** *науково-популярний текст, редагування, стиль, факт, інтернет.*

Н а у к о в е   в и д а н н я

## Інтегровані комунікації

---

## Integrated communications

Науковий журнал  
Київського університету імені Бориса Грінченка

Випуск 1  
2016

За зміст поданих матеріалів відповідають автори

### Над випуском працювали:

Редактори українських текстів:

**Ніна Вернигора, Наталя Бабійчук**

Редактори англійських текстів:

**Світлана Вернигора, Наталя Ващенко**

Коректори:

**Тарас Полковенко, Олеся Захарчук**

Комп'ютерне редагування та верстка

**Ніни Вернигори**

Художньо-технічне редагування:

**Наталі Іщук,**

**Олени Герасименко**

Дизайн обкладинки

**Ігоря Женченка**

Контакти редколегії:

**(044) 428-34-10**

**krzg.gi@kubg.edu.ua**

**м. Київ, вул. Тимошенка, 13-Б, каб. 110**

Підписано до друку 01 липня 2016 р.

Формат 60x84/8.

Гарнітура UkrainianPeterburg.

Ум. друк. арк. 12,3. Обл.-вид. арк. 13,0.

Наклад 100 пр.

Підготовлено до друку  
кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю  
Київського університету імені Бориса Грінченка  
спільно з НМЦ видавничої діяльності  
Київського університету імені Бориса Грінченка

Завідувач НМЦ видавничої діяльності М. М. Прядко  
Головний редактор НМЦ видавничої діяльності А. М. Даниленко  
Поліграфічна група: А. А. Богадельна, Д. Я. Ярошенко, О. М. Дзень,  
Г. О. Бочарник, В. В. Василенко, О. Д. Ткаченко