

*В. П. Пікаченко, І. Б. Чеботарьова,
П. О. Киричок, З. В. Григорова*

ЕНЦИКЛОПЕДІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ

**НАВЧАЛЬНИЙ
ПОСІБНИК**

Харків
«ПРАПОР»
2008

Ткаченко В. П., Чеботарьова І. Б., Киричок П. О., Григорова З. В.
Е 64 Енциклопедія видавничої справи: Навч. посібник. – Х.: ХНУРЕ, 2008. – 320 с.

ISBN 978-966-1643-01-6

Розглядається весь редакційно-видавничий процес від моменту одержання видавництвом авторського оригіналу і закінчуючи відносинами з книгорозповсюджувачами. Видання зібрало найактуальніший методичний і довідковий матеріал із видавничої справи, зокрема з питань підготовки видання, взаємин видавництва й поліграфічного виробництва, містить також юридичні та економічні аспекти книговидання та книгорозповсюдження.

Книга може бути корисною як видавцям-початківцям, так і тим, хто має досвід у видавничій справі, а також студентам і викладачам вищих навчальних закладів видавничо-поліграфічного профілю.

ББК 76.17я7

ISBN 978-966-1643-01-6

© В. П. Ткаченко, І. Б. Чеботарьова
© П. О. Киричок, З. В. Григорова, 2008.
© ВАТ «Видавництво Прапор», 2008.
© Чаплигіна В.В., художнє оформлення, 2008

Розвиток ринкових відносин в Україні сприяв активізації видавничої діяльності. Протягом останніх років суттєво збільшилася кількість видавництв та видавничих організацій, але багато видавництв не видають книги регулярно, а лише раз за декілька років (це так звані видавництва-пульсари), або, видавши декілька накладів, вони взагалі припиняють свою діяльність. Така ситуація у видавничому бізнесі пов'язана як із впливом зовнішніх чинників (демографічна ситуація в країні; низький попит населення; руйнація системи книгорозповсюдження; нестабільність законодавства, що регулює діяльність видавництв і поліграфічних підприємств; конкуренція в галузі та в закордонних видавництвах), так і внутрішніх чинників, одним із яких є нестача відповідної фахової інформації. Зважаючи на це, можна з упевненістю сказати, що представлена книга – «Енциклопедія видавничої справи» – може зацікавити широке коло видавців. Видавець, котрий розпочинає справу, знайде в ній багато корисного, починаючи з процедури отримання ліцензії на видавничу діяльність і закінчуючи знайомством з нормативно-правовою базою книговидання України.

У цій книзі розглядається весь редакційно-видавничий процес від моменту отримання видавництвом авторського оригіналу, і закінчуючи відносинами з книгорозповсюджувачами. Крім базових питань із підготовки й видання книг, в «Енциклопедії...» розглядається також процес створення видавництва, наводиться інформація про основні нормативні документи, якими регулюється видавнича діяльність в Україні, дано загальні поради щодо організації роботи видавництва, описано взаємини видавців із поліграфічними підприємствами та постачальниками поліграфічних матеріалів, включаючи підготовку видання, стосунки видавництва і поліграфічного виробництва, юридичні й економічні аспекти книговидання та книгорозповсюдження.

Крім того, у книзі подано рекомендований список літератури для тих читачів, які побажають більш поглиблено вивчати видавничу справу.

Ця книга може бути корисною як видавцям-початківцям, так і тим, хто має досвід у видавничо-поліграфічній галузі, а також студентам і викладачам вищих навчальних закладів, які ведуть підготовку фахівців за напрямками «Видавничо-поліграфічна справа» і «Видавнича справа та редагування».

РОЗДІЛ І. Що слід знати про видавничу справу	11
1.1. ЯК РЕГУЛЮЄТЬСЯ В УКРАЇНІ ВИДАВНИЧА ДІЯЛЬНІСТЬ	12
Що таке видавнича діяльність, видання, видавництво	12
Якими документами регламентується видавнича діяльність в Україні	13
Головні умови видавничої діяльності	13
Що необхідно для заснування видавництва	14
Внесення видавництва до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції	15
Хто може здійснювати видавничу діяльність без внесення до Державного реєстру	18
У яких випадках можлива відмова від внесення видавництва до Державного реєстру	18
Виключення суб'єкта видавничої справи з Державного реєстру	19
Права та обов'язки видавця	19
Обов'язкові примірники видань	20
Права та обов'язки поліграфічного підприємства	23
1.2. ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИДАВНИЦТВА	24
Міжнародний стандартний номер книги (ISBN)	24
Штрихове кодування видань	25
Нормативна база видавничої діяльності	27
1.3. БІБЛОГРАФІЧНЕ, СТАТИСТИЧНЕ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КНИГОВИДАННЯ	30
Книжкова палата України	30
Бібліографічна інформація	31
Статистична інформація	32
Науково-технічна й нормативна інформація з видавничої справи, поліграфії та книгорозповсюдження	32
Інформаційна система літератури, що видається	33
1.4. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ВИДАВНИЦТВА	34
РОЗДІЛ ІІ. Що потрібно знати про книгу	37
2.1. ЩО ТАКЕ КНИГА	38
2.2. ЗОВНІШНЯ КОНСТРУКЦІЯ КНИГИ	39
Книга в палітурці	39
Книга в обкладинці	41
Книга в суперобкладинці	41

Зміст	
Книга у футлярі	42
Електронна книга	43
2.3. ВНУТРІШНЯ СТРУКТУРА КНИГИ	43
Основний, додатковий і допоміжний тексти	43
Види аркушів і сторінок книги	44
2.4. ВИДИ КНИГ	47
Книги за соціально-функціональним призначенням	47
Книги за складом творів	48
Книжкові видання за знаковою природою інформації	49
Книги за новизною змісту, мовою, за зміною авторського тексту	49
Книги за способом фінансування, матеріального забезпечення й поширення	52
2.5. ОСОБЛИВІ ПРИМІРНИКИ В НАКЛАДІ КНИГИ	53
2.6. ОСНОВНІ КІЛЬКІСНІ ПАРАМЕТРИ КНИГ	54
Формати книжок	54
Показники обсягу	56
Наклад	64
Місткість друкованого аркуша	64
РОЗДІЛ III. Апарат книги	65
3.1. ВИХІДНІ ВІДОМОСТІ	66
Лицьова сторінка титульного аркуша одностомної книги	68
Лицьова сторінка титульного аркуша багатотомного видання	73
Зворот титульного аркуша	74
Контртитул	78
Авантитул і об'єднаний титульний аркуш	78
Кінцева сторінка книги	79
Обкладинка, палітурка, суперобкладинка	82
Додаткові випускні відомості	83
Загальні вимоги до випускних відомостей	86
3.2. ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ	87
3.3. ДОПОМІЖНІ ПОКАЖЧИКИ	89
Призначення й функції допоміжних покажчиків	89
Види покажчиків, основні вимоги до них	90
3.4. КОЛОНТИТУЛИ	94
Призначення колонтитулів	94
Види колонтитулів	95
Основні вимоги до колонтитулів	96

	Зміст
3.5. СПИСКИ Й ПОКАЖЧИКИ ІЛЮСТРАЦІЙ	97
3.6. ПЕРЕДМОВА, ВСТУПНА СТАТТЯ, ПІСЛЯМОВА	99
3.7. ПРИМІТКИ Й КОМЕНТАРІ	99
3.8. БІБЛІОГРАФІЧНИЙ АПАРАТ	101
3.9. РОЗМІЩЕННЯ В КНИЗІ КОМПОНЕНТІВ АПАРАТУ	102
РОЗДІЛ IV. Видавництво та автор	105
4.1. ВИДАВНИЧИЙ ПОРТФЕЛЬ	106
Безпрограшні видання	106
Рукопис – як товарний продукт	107
Замовлені видання, видавничі серії	108
Доробка рукопису	110
4.2. РЕДАКТОР – ГЕНЕРАТОР І СОРТУВАЛЬНИК ІДЕЙ	112
4.3. ПЕРЕКЛАДНА КНИГА	113
4.4. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ – ОСНОВА ВИДАВНИЧОГО БІЗНЕСУ	115
4.5. АВТОРСЬКІ ПРАВА	116
Авторські права під час видання творів	116
Охоронювані і неохоронювані твори	117
Авторські права та їх власники	120
Переговори з авторами	122
Умови авторського договору	124
Виняткові та невиняткові права, передані за договором	128
Авторська винагорода	130
Порушення авторських прав	132
Позови з приводу порушення авторських прав	135
РОЗДІЛ V. Авторський і видавничий оригінали	137
5.1. ФОРМИ ОРИГІНАЛІВ	138
Форми текстових оригіналів	139
Форми ілюстраційних оригіналів	140
5.2. ОСНОВНІ ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДО АВТОРСЬКИХ І ВИДАВНИЧИХ ОРИГІНАЛІВ	141
Текстовий машинописний оригінал	142
Примірники репринтувальних книг	143
Рукописний оригінал	144
Ілюстраційні оригінали	144

Зміст	
Вимоги до оригінал-макетів для прямого відтворення	145
5.3. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ОРИГІНАЛУ	146
5.4. ЗЧИТУВАННЯ Й ВИЧИТУВАННЯ ОРИГІНАЛУ	147
5.5. ТЕХНІЧНЕ РЕДАГУВАННЯ ОРИГІНАЛУ	148
РОЗДІЛ VI. Види та етапи редагування	153
6.1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЗМІСТ ПРОЦЕСУ РЕДАГУВАННЯ	154
Поняття редагування	154
Етапи редагування	155
6.2. ВИДИ РЕДАГУВАННЯ	158
Загальне редагування	158
Спеціальне редагування	159
6.3. РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧИЙ ПРОЦЕС	160
Підготовчий етап	162
Редакційний етап	165
Виробничий та маркетинговий етапи	168
РОЗДІЛ VII. Книжковий дизайн	171
7.1. КНИЖКОВИЙ ДИЗАЙН ЯК РІЗНОВИД ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	172
7.2. МЕТА КНИЖКОВОГО ДИЗАЙНУ	173
7.3. ЕЛЕМЕНТИ ХУДОЖНЬОЇ СТРУКТУРИ КНИГИ	175
7.4. МЕТОДИКА ХУДОЖНЬОГО ОФОРМЛЕННЯ КНИГИ	176
Макетування видання	176
Вибір шрифту	178
Забезпечення зручності читання видання	180
Вибір способу набору тексту	181
Ілюстрування видання	183
Зовнішній вигляд книги	184
Особливості використання електронної техніки для художнього оформлення книги	187
Як замовити й оцінити дизайн книги	188
РОЗДІЛ VIII. Видавничі системи	191
8.1. НАСТІЛЬНІ ВИДАВНИЧІ СИСТЕМИ	192
Призначення й можливості видавничих систем	192
Інтеграція видавничих систем	196
Апаратні засоби	198

	Зміст
Програмне забезпечення	201
Шрифтове забезпечення (електронні шрифти)	202
8.2. УПРАВЛІННЯ КОЛЬОРОМ У ВИДАВНИЧИХ СИСТЕМАХ	204
8.3. РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧІ СИСТЕМИ	206
РОЗДІЛ IX. Вимоги до поліграфічного виробництва	209
9.1. СПОСОБИ ДРУКУ	210
9.2. ЯКИЙ СПОСІБ ДРУКУ ВИБРАТИ	212
9.3. КОЛЬОРОПРОБА	214
Кольороподіл	214
Кольоропроба й пробні відбитки	218
9.4. МАШИНИ ДЛЯ ВИСОКОГО ДРУКУ	226
9.5. ТЕХНОЛОГІЯ Й УСТАТКУВАННЯ ОФСЕТНОГО ДРУКУ	227
9.6. ГЛИБОКИЙ ДРУК	230
9.7. СПЕЦІАЛЬНІ ВИДИ ДРУКУ, ЦИФРОВИЙ ДРУК	231
9.8. ВИМОГИ ДО ЯКОСТІ ПОЛІГРАФІЧНОГО ВИКОНАННЯ	235
9.9. ЯК ВИБРАТИ ПІДПРИЄМСТВО-ВИГОТОВЛЮВАЧА	238
РОЗДІЛ X. Видавнича коректура	241
10.1. ПРИЗНАЧЕННЯ ВИДАВНИЧОЇ КОРЕКТУРИ	242
10.2. КОРЕКТУРНІ Й ПРОБНІ ВІДБИТКИ	242
10.3. ТЕХНІКА Й МЕТОДИКА КОРЕКТУРИ ТЕКСТУ	244
10.4. ОСНОВНІ ТЕХНІЧНІ ПРАВИЛА НАБОРУ Й ВЕРСТКИ	257
10.5. КОРЕКТУРА ПРОБНИХ ВІДБИТКІВ ІЛЮСТРАЦІЙ ТА ІНШИХ РЕПРОДУКОВАНИХ ЗОБРАЖЕНЬ	263
РОЗДІЛ XI. Як вибрати папір	265
11.1. ОСНОВНІ ВИДИ ПАПЕРУ	266
Папір для високого друку	266
Офсетний папір	269
Папір для глибокого друку	274
Крейдяний папір	275
Синтетичний папір	277
Папір для виготовлення цінних паперів	277
Форзацний та палітурний папір	278
11.2. НОРМАТИВИ ЯКОСТІ ПАПЕРУ І ЙОГО ПЕРЕВІРКА	279
11.3. ВИБІР ТА РОЗРАХУНОК ПАПЕРУ ДЛЯ КНИЖКОВОГО ВИДАННЯ	282

Зміст	
Вибір виду паперу для основної частини видання та для обкладинки	282
Розрахунок кількості паперу на видання	284
Умови зберігання паперу	285
Канали придбання паперу	286
РОЗДІЛ XII. Як вибрати і придбати палітурні матеріали	287
12.1. ОСНОВНІ ТИПИ ОБКЛАДИНОК І ПАЛІТУРОК	288
12.2. ПАЛІТУРНІ ПОКРИВНІ МАТЕРІАЛИ	291
Загальні вимоги до покривних матеріалів	291
Матеріали на тканинній основі	291
Матеріали на паперовій основі	293
Розрахунок кількості покривних матеріалів на наклад видання	294
12.3. ПАЛІТУРНИЙ КАРТОН	298
Загальні вимоги до палітурного картону	298
Формати аркушів картону та їхній вибір	300
Розрахунок кількості картону на наклад	301
12.4. МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ОБРОБКИ ПАЛІТУРОК	302
Способи обробки палітурок	302
Поліграфічна фольга	303
Полімерні плівки для припресування (ламінування)	304
Розрахунок кількості фольги та плівок на наклад видання	306
Нові види палітурних матеріалів	307
Рекомендації при виборі постачальників	308
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	309
ДОДАТКИ	312
Додаток А – Типовий авторський договір	312
Додаток Б – Перелік нормативно-технічної документації, розроблений ВАТ «Український науково-дослідний інститут поліграфічної промисловості ім.Т. Г. Шевченка»	315
Додаток В – Постачальники витратних матеріалів для видавництв	317



1.1. ЯК РЕГУЛЮЄТЬСЯ В УКРАЇНІ ВИДАВНИЧА ДІЯЛЬНІСТЬ

Що таке видавнича діяльність, видання, видавництво

Згідно із Законом України «Про видавничу справу» від 5 червня 1997 року видавнича справа – сфера суспільних відносин, що поєднує в собі організаційно-творчу та виробничо-господарську діяльність юридичних і фізичних осіб, зайнятих створенням, виготовленням і розповсюдженням видавничої продукції.

Складовою частиною видавничої справи є видавнича діяльність, тобто сукупність організаційних, творчих, виробничих заходів, спрямованих на підготовку і випуск у світ видавничої продукції. Видавнича діяльність має на меті задоволення потреб окремих осіб та суспільства у видавничій продукції; забезпечення прав громадян на самовираження, свободу думки і слова; користування досягненнями світової культури; сприяння національно-культурному розвитку нації; отримання прибутку від цього виду діяльності.

Видавнича продукція – сукупність видань, призначених до випуску або випущених видавцем.

Видання – твір (документ), що пройшов редакційно-видавниче опрацювання, виготовлений друкуванням, тисненням або іншим способом, містить інформацію, призначену для поширення, і відповідає вимогам державних стандартів, інших нормативно-правових актів щодо видавничого оформлення, поліграфічного й технічного виконання. Періодичне видання виходить через певні проміжки часу, з постійною для кожного року кількістю номерів, нумерованими та (або) датованими випусками, що не повторюються за змістом, мають однакову назву, однотипне оформлення і, як правило, однакові обсяг і формат. До періодичних видань належать журнали, збірники постійної періодичності, у тому числі альманахи, щорічники, бюлетені, газети. До неперіодичних видань відносяться книги, брошури, альбоми, плакати, буклети, поштівки тощо.

Книга – це неперіодичне текстове книжкове видання у вигляді блока закріплених у корінці аркушів друкованого матеріалу в обкладинці чи без неї обсягом понад 48 сторінок.

Основною структурною ланкою у видавничій справі є видавництва та видавничі організації різних форм власності.

Видавництво – спеціалізоване підприємство, основним видом діяльності якого є підготовка і випуск у світ видавничої продукції.

Видавнича організація – підприємство, установа або організація, статутом якої поряд з іншими видами діяльності передбачено підготовку та випуск у світ видавничої продукції. Видавцями також можуть бути фізичні особи, які здійснюють підготовку й випуск видання.

У видавничій справі можуть діяти видавництва та видавничі організації різних форм власності й організаційно-правових форм, передбачених чинним законодавством. Суб'єктами видавничої справи в Україні можуть бути: громадяни України, іноземці та особи без громадянства, що перебувають в Україні на законних підставах, юридичні особи України та інших держав.

Якими документами регламентується видавнича діяльність в Україні

Головним документом, що регулює здійснення видавничої діяльності в Україні, є Закон України «Про видавничу справу» від 5 червня 1997 року №318/97-ВР. Він визначає загальні засади видавничої справи, регулює порядок організації та провадження видавничої діяльності, виготовлення й розповсюдження видавничої продукції, умови взаємовідносин і функціонування суб'єктів видавничої справи, їх обов'язки, відповідальність та права.

Також відносини у сфері видавничої справи регламентуються Конституцією України, Законами України: «Про інформацію» від 2.10.92 № 2657-ХІІ, «Про внесення змін до Закону України «Про авторське право і суміжні права» від 11.07.2001 № 2627-ІІІ, «Про державну таємницю» від 21.01.94 № 3855-ХІІ, «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16.11.92 № 2782-ХІІ, «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» від 23.09.97 № 540/97-ВР, «Про обов'язковий примірник документів» від 09.04.99 № 595-ХІV, Господарським кодексом України та іншими нормативно-правовими актами.

Головні умови видавничої діяльності

Державна політика у видавничій справі ґрунтується на принципах дотримання свободи слова. Втручання державних органів, посадових осіб, громадських організацій, окремих громадян в організаційно-творчу діяльність видавців, а також цензура як контроль за ідеологічним змістом видань в Україні – заборонені. Відповідними органами контролюється лише зміст інформації, що охороняється законодавством. Але існують певні обмеження щодо змісту видань. Діяльність у видавничій справі не може бути використана для закликів, спрямованих на ліквідацію незалежності України, зміну конституційного ладу насильницьким

шляхом, порушення суверенітету й територіальної цілісності держави, підрив її безпеки, незаконне захоплення державної влади, на пропаганду війни, насильства, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, посягання на права і свободу людини, здоров'я населення.

У видавничій справі забороняється: виготовляти чи розповсюджувати продукцію, що містить інформацію, віднесenu до недобросовісної реклами, рекламу з використанням шаржування державних символів України (Державного Герба, Державного Прапора, Державного Гімну) у будь-якому вигляді; оприлюднювати інформацію, дані, відомості, рекламувати товари, послуги, котрі можуть завдати шкоди громадянам, підприємствам, установам, організаціям або державі; виготовляти чи розповсюджувати видавничу продукцію порнографічного характеру і таку, що пропагує культ насильства й жорстокості; виготовляти чи розповсюджувати видавничу продукцію, що проповідує релігійні віровчення, які загрожують життю, здоров'ю, моралі громадян, порушують їх права і свободу або закликають до порушення громадського порядку; реалізовувати видавничу продукцію без дозволу її власника (співвласників), а також з порушенням законодавства України з питань інтелектуальної власності.

Суб'єкти видавничої діяльності не мають права розголошувати дані, що становлять державну або іншу таємницю, котра охороняється законом.

Порушення вимог щодо дотримання стандартів, норм і правил тягне за собою встановлену законодавством відповідальність.

Що необхідно для заснування видавництва

На першому етапі необхідно визначитися, яку організаційно-правову форму матиме видавництво й підготувати установчі документи (засновницький договір та статут). Від форми підприємства залежить розмір і порядок формування статутного фонду, перелік необхідних документів, порядок державної реєстрації підприємства.

В установчих документах мають бути зазначені найменування та місцезнаходження видавництва, мета і предмет господарської діяльності, склад і компетенція органів його управління, порядок ухвалення ними рішень, формування майна, розподілу прибутків та збитків, умови його реорганізації та ліквідації, якщо інше не передбачене законом.

У договорі засновники зобов'язуються утворити суб'єкт господарювання, визначають порядок спільної діяльності щодо його утворення, умови передачі йому свого майна, порядок розподілу прибутків і збитків, управління діяльністю суб'єкта господарювання та участі в ньому

засновників, порядок вибуття і входження нових засновників, інші умови діяльності суб'єкта господарювання, що передбачені законом, а також порядок його реорганізації та ліквідації відповідно до закону.

Статут видавництва має містити відомості про його найменування і місцезнаходження, мету і предмет діяльності, розмір і порядок утворення статутного та інших фондів, порядок розподілу прибутків і збитків, про органи управління і контролю, їх компетенцію, про умови реорганізації та ліквідації суб'єкта господарювання, а також інші відомості, пов'язані з особливостями організаційної форми суб'єкта господарювання, передбачені законодавством. Статут може містити й інші відомості, що не суперечать законодавству.

Створюване видавництво підлягає обов'язковій державній реєстрації. Державна реєстрація проводиться у виконавчому комітеті міської чи районної ради або в районній державній адміністрації за місцезнаходженням або місцем проживання даного суб'єкта, якщо інше не передбачене законом.

Для державної реєстрації видавництвом подаються такі документи:

- ✓ установчі документи, передбачені законом для відповідного виду юридичних осіб;
- ✓ документ (документи), що засвідчує сплату засновником (засновниками) внеску до статутного фонду видавництва в розмірі, установленому законом;
- ✓ реєстраційна картка встановленого зразка;
- ✓ документ, що засвідчує сплату коштів за державну реєстрацію.

Громадяни, які мають намір здійснювати підприємницьку діяльність без юридичної особи, подають реєстраційну картку встановленого зразка, що є водночас заявою про державну реєстрацію, копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера громадянина – платника податків та інших обов'язкових платежів і документ, що засвідчує внесення плати за державну реєстрацію.

Створюване видавництво також необхідно зареєструвати в управлінні статистики, податковій інспекції, органах соціального страхування.

Внесення видавництва до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції

Згідно з Законом України «Про видавничу справу» від 05.06.1997 № 318/97-ВР, постановою Кабінету Міністрів України від 28 вересня 1998 р. № 1540 «Про Державний реєстр видавців, виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції» суб'єкти видавничої справи, які

займаються виданням, виготовленням або розповсюдженням видавничої продукції, мають бути внесені до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції (далі – Державний реєстр).

Державний комітет телебачення і радіомовлення вносить до Державного реєстру видавництва, видавничі організації, фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, обсяг випуску видавничої продукції яких складає понад 5 назв на рік, а також суб'єкти видавничої справи, що провадять 2-3 види діяльності у видавничій справі. Внесення видавців – фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, обсяг випуску видавничої продукції яких складає до 5 назв на рік до Державного реєстру здійснюють місцеві підрозділи Держкомтелерадіо.

Внесення суб'єктів видавничої справи до Державного реєстру здійснюється на підставі підписаної уповноваженою на те особою заяви, що подається Держкомтелерадіо або його відповідному місцевому підрозділу. У заяві про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру мають бути зазначені:

1) засновник (співзасновники), включаючи прізвище, ім'я, по батькові та відповідні паспортні дані (для громадян); повне найменування (для юридичної особи); місцезнаходження, номери засобів зв'язку та банківських рахунків;

2) дані про суб'єкт видавничої справи:

а) для юридичної особи:

– повна та скорочена назва суб'єкта із зазначенням організаційно-правової форми;

– вид діяльності у видавничій справі;

– місцезнаходження;

– номери засобів зв'язку;

– номери банківських рахунків;

– ідентифікаційний код Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ);

– прізвище, ім'я, по батькові керівника та його заступника;

б) для фізичної особи:

– прізвище, ім'я, по батькові;

– вид діяльності у видавничій справі;

– паспортні дані;

– місце проживання;

– номери засобів зв'язку;

3) мови, якими планується випускати чи розповсюджувати видавничу продукцію, – державна, російська, інші мови;

4) джерела надходження видавничої продукції для розповсюдження – вітчизняні або зарубіжні, з яких країн;

5) джерела фінансового та матеріально-технічного забезпечення діяльності видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції.

Також до заяви додаються:

– нотаріально засвідчена копія свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи чи фізичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності;

– нотаріально засвідчені копії установчих документів (статут, положення, якими передбачено провадження видавничої діяльності, виготовлення та розповсюдження видавничої продукції, установчий договір);

– передбачувані дані про річний обсяг діяльності у видавничій справі.

Заява про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру розглядається у місячний термін.

За внесення до Державного реєстру суб'єкта видавничої справи встановлюється реєстраційний збір у розмірі, що дорівнює покриттю витрат, понесених у зв'язку з внесенням до Державного реєстру. Розмір і порядок сплати реєстраційного збору встановлюються Кабінетом Міністрів України. Розмір реєстраційного збору, встановленого постановою Кабінету Міністрів України від 28 вересня 1998 р. № 1540, складає 25 нмдг (425 грн.).

Після прийняття рішення про внесення до Державного реєстру та сплати реєстраційного збору суб'єктові видавничої справи видається свідоцтво, в якому зазначається його серія та номер, назва видавництва, його місцезнаходження, вид діяльності у видавничій справі.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції має необмежений термін дії. Поліграфічні підприємства приймають замовлення на виготовлення видавничої продукції за наявності в замовника документа про внесення його до Державного реєстру як суб'єкта видавничої справи.

У разі зміни назви суб'єкта видавничої справи, його основних статутних положень, засновника (співзасновників), зміни (розширення) виду діяльності у видавничій справі до Державного реєстру вносяться відповідні зміни і видається нове свідоцтво у встановленому порядку. За видачу нового свідоцтва встановлюється збір у розмірі 50 відсотків суми реєстраційного збору. Раніше видане свідоцтво підлягає поверненню до органу, який вніс суб'єкт видавничої справи до Державного реєстру. Про ці та інші зміни (місцезнаходження або місце проживання, номерів

засобів зв'язку тощо) суб'єкт видавничої справи в місячний термін з дня, коли ці зміни відбулися, має повідомити орган, який вніс його до Державного реєстру.

За видавничу діяльність без одержання свідоцтва про внесення до Державного реєстру суб'єкт видавничої справи несе відповідальність за статтею 164 Кодексу України про адміністративні правопорушення.

Хто може здійснювати видавничу діяльність без внесення до Державного реєстру

Без внесення до Державного реєстру діяльність у видавничій справі здійснюється:

- ✓ органами законодавчої, виконавчої, судової влади – для випуску у світ офіційних видань з матеріалами законодавчого та іншого нормативно-правового характеру, бюлетенів судової практики;
- ✓ підприємствами, організаціями, навчальними закладами, науковими установами, творчими спілками, іншими юридичними особами – для випуску у світ і безоплатного розповсюдження інформаційних, бібліографічних, реферативних, рекламних видань, видань, що містять нормативні акти з виробничо-практичних питань, службових та методичних матеріалів, документації для потреб статутної діяльності їх видавця, а також матеріалів на правах рукопису, що розмножені за допомогою технічних засобів.

У яких випадках можлива відмова від внесення видавництва до Державного реєстру

Суб'єкту видавничої справи у внесенні його до Державного реєстру може бути відмовлено у разі коли:

- ✓ назва, програмні цілі, напрямки діяльності суб'єкта видавничої справи суперечать законодавству України;
- ✓ заява про внесення до Державного реєстру подана (підписана) особою, яка не має на це повноважень;
- ✓ суб'єкт видавничої справи з такою назвою уже внесений до Державного реєстру;
- ✓ заяву про внесення до Державного реєстру подано після набуття рішенням суду законної сили про припинення діяльності цього суб'єкта видавничої справи.

Відмова у внесенні суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру надсилається заявникові у письмовій формі із зазначенням підстав відмови у тридцятиденний термін з дня подачі заяви. Відмова може бути оскаржена в суді.

Виключення суб'єкта видавничої справи з Державного реєстру

Суб'єкт видавничої справи виключається з Державного реєстру у зв'язку з припиненням його діяльності у видавничій справі. Ця діяльність припиняється:

- ✓ з ініціативи засновника (співзасновників);
- ✓ на підставі рішення суду;
- ✓ з інших підстав, передбачених законодавством України.

Суб'єкт видавничої справи вважається таким, що припиняє свою діяльність з моменту виключення його з Державного реєстру.

Права та обов'язки видавця

Права та обов'язки видавця у відносинах з автором (співавторами) твору в галузі науки, літератури і мистецтва, їх спадкоємцями чи з особою, якій автори чи їх спадкоємці передали авторські майнові права, чи з особами, яким належать права на інші об'єкти права інтелектуальної власності, визначаються законодавством України з питань інтелектуальної власності.

З урахуванням специфіки видавничої діяльності видавець має право:

- ✓ формувати власну видавничу програму, визначати масштаби і тематичну спрямованість своєї діяльності;
- ✓ використовувати випущену за власною тематичною програмою видавничу продукцію для забезпечення статутної діяльності, розповсюджувати самостійно видавничу продукцію або користуватися послугами іншого розповсюджувача;
- ✓ видавати як опубліковані, так і неопубліковані твори науки, літератури і мистецтва незалежно від їх призначення, жанру, обсягу, а також способу відтворення, виражені у письмовій чи у будь-якій іншій формі, набувати невиключних або виключних майнових прав на них;
- ✓ приймати від юридичних і фізичних осіб замовлення на підготовку і випуск у світ видань, надавати їм редакційно-видавничі та інші послуги відповідно до профілю своєї діяльності;
- ✓ здійснювати купівлю-продаж видавничої продукції з метою отримання прибутку, надавати послуги суб'єктам підприємницької діяльності в роздрібній і оптовій торгівлі;
- ✓ висувати у встановленому порядку видані видавцем твори науки, літератури і мистецтва на здобуття державних, громадських,

міжнародних премій; установлювати творчі та виробничі відносини, культурні зв'язки з видавцями інших держав;

✓ брати участь у роботі міжнародних організацій видавців, представляти свою видавничу продукцію на національних і міжнародних конкурсах, виставках, ярмарках.

Видавець зобов'язаний:

✓ здійснювати свою діяльність відповідно до законодавства України, поважати права інших суб'єктів видавничої та господарської діяльності;

✓ сприяти утвердженню загальнолюдських гуманістичних цінностей, розвитку науки, культури, задоволенню духовних потреб українського народу, ставитися з повагою до національної гідності, національної своєрідності й культури всіх народів;

✓ дотримуватися норм авторського та патентного права, вимог державних і міждержавних стандартів, інших нормативно-правових актів, що регламентують видавничу справу;

✓ контролювати своєчасне розсилання виготовлювачем обов'язкових безплатних і платних примірників видань;

✓ подавати у встановленому порядку державну статистичну звітність, інформацію про випущені у світ видання;

✓ відшкодовувати збитки, заподіяні внаслідок порушення законодавства.

Обов'язкові примірники видань

З метою систематизації та узагальнення даних про обсяги випуску творів друку й забезпечення їх збереження в Україні діє система обов'язкового примірника видань. Визначення правових засад функціонування системи обов'язкового примірника документів та регулювання інформаційних відносин, пов'язаних з поповненням національного інформаційного фонду України, здійснюється на підставі Закону України «Про обов'язковий примірник документів» від 09.04.1999 № 595-XIV.

Національний інформаційний фонд України – сукупність інформаційних фондів (інформаційних ресурсів) держави: архівного, бібліотечного, стандартів, архіву друку, фонду фільмів, патентного та інших фондів. Закон визначає загальні принципи державної політики у сфері поповнення національного інформаційного фонду України обов'язковим примірником документів, регулює інформаційні відносини, пов'язані

з функціонуванням системи обов'язкового примірника документів; встановлює обов'язки і права виробників та одержувачів документів.

До обов'язкового примірника документів належать:

✓ видання текстові, нотні, картографічні, образотворчі;

✓ видання електронні;

✓ видання, аудіопродукція та інші документи для сліпих;

✓ аудіо-, візуальна, аудіовізуальна продукція (кіно-, відео-, фото-документи);

✓ нормативно-правові акти у сфері стандартизації, метрології та сертифікації;

✓ патентні документи.

Кожен вид обов'язкових примірників відрізняється переліком установ одержувачів, кількістю і порядком надання документів. Обов'язкові примірники творів друку, згідно з Постановою Кабінету Міністрів України «Про порядок доставляння обов'язкових примірників документів» від 10.05.2002 № 608, надсилаються:

✓ Президентіві України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України – по 1 примірнику суспільно-політичних, економічних, юридичних, універсального змісту (довідкових), літературно-художніх видань, всеукраїнських газет та журналів;

✓ Міністерству юстиції України – 1 примірник усіх періодичних та продовжуваних видань (газет, видань газетного типу, журналів і видань журнального типу) усіма мовами;

✓ Державному комітетові телебачення і радіомовлення України – 1 примірник усіх видань усіма мовами, що вийшли в Україні;

✓ Національній бібліотеці України ім. Т. Вернадського – 2 примірники, Національній парламентській бібліотеці України та Книжковій палаті України – по 1 примірнику всіх видань усіма мовами, що вийшли в Україні, у тому числі малонакладних (до 100 примірників), усіх періодичних та продовжуваних видань усіма мовами;

✓ Харківській державній науковій бібліотеці ім. В. Г. Короленка – 1 примірник усіх видань, що вийшли в Україні, всеукраїнських газет і журналів, газет і журналів, що вийшли на території Харківської області;

✓ Львівській науковій бібліотеці ім. В. Стефаника – 1 примірник усіх видань, що вийшли в Україні, всеукраїнських газет і журналів, газет і журналів, що вийшли на території Львівської області;

✓ Одеській державній науковій бібліотеці ім. М. Горького – 1 примірник усіх видань, що вийшли в Україні, всеукраїнських газет і журналів, газет і журналів, що вийшли на території Одеської області;

✓ Кримській республіканській універсальній науковій бібліотеці ім. І. Франка – 1 примірник усіх видань, що вийшли на території Автономної Республіки Крим;

✓ Державній науково-технічній бібліотеці – 1 примірник видань науково-технічної тематики;

✓ Державній історичній бібліотеці – 1 примірник усіх видань історичної тематики;

✓ Центральній науковій сільськогосподарській бібліотеці Української академії аграрних наук – 1 примірник усіх видань сільськогосподарської тематики;

✓ Державній медичній бібліотеці – 1 примірник усіх видань із питань медицини, охорони здоров'я та екології;

✓ Державній бібліотеці для дітей – 1 примірник усіх видань для дітей та юнацтва, в тому числі навчальних видань;

✓ Державній бібліотеці для юнацтва – 1 примірник усіх науково-популярних та універсальних видань, навчальної літератури для старшокласників і студентів;

✓ Державній науково-педагогічній бібліотеці – 1 примірник усіх навчальних, навчально-методичних видань для навчальних закладів усіх типів, наукових видань із питань педагогіки і психології;

✓ Національній юридичній бібліотеці – 1 примірник усіх видань із питань держави і права;

✓ Державній науковій архітектурно-будівельній бібліотеці ім. В. Г. Заболотного – 1 примірник усіх видань із питань архітектури і будівництва;

✓ Головному управлінню юстиції Міністерства юстиції України в Автономній Республіці Крим, обласним, Київському та Севастопольському міським управлінням юстиції – 1 примірник усіх періодичних та продовжуваних видань (газет, видань газетного типу, журналів і видань журнального типу) усіма мовами, що вийшли на території Автономної Республіки Крим, відповідних областей, міст Києва та Севастополя;

✓ Республіканському комітету з інформації Автономної Республіки Крим, обласним управлінням у справах преси та інформації – 1 примірник усіх видань, що вийшли на території Автономної Республіки Крим, відповідних областей;

✓ Універсальним обласним бібліотекам – 1 примірник усіх видань, що вийшли на відповідній території.

Обов'язковий примірник документів, виготовлених юридичними або фізичними особами України за її межами, доставляється одер-

жувачам документів на загальних підставах, визначених цим Законом. Обов'язковий примірник документів, виготовлених в Україні на замовлення іноземних юридичних або фізичних осіб, доставляється одержувачам документів виконавцями замовлення, що обумовлюється договором між виконавцями замовлення та одержувачами документів.

Витрати, пов'язані з виготовленням і доставлянням обов'язкового безоплатного примірника документів, відносяться його виробниками на собівартість видавничої продукції.

Обов'язкові примірники книжкових видань доставляються (надсилаються) виготівниками видавничої продукції в день виходу у світ першої частини накладу.

Контроль за своєчасним доставлянням обов'язкового примірника документів здійснюють юридичні особи, які відповідно до цього Закону є його одержувачами. Особи, винні у порушенні законодавства про обов'язковий примірник документів, несуть відповідальність згідно із законодавством України.

Права та обов'язки поліграфічного підприємства

Поліграфічне підприємство приймає замовлення на виготовлення видавничої продукції за наявності у замовника документа про внесення його до Державного реєстру як суб'єкта видавничої справи. Без такого документа приймаються до виготовлення лише видання, зазначені в пункті «Хто може здійснювати видавничу діяльність без внесення до Державного реєстру».

Умови та терміни виконання замовлення на виготовлення видавничої продукції визначаються договором між її замовником і поліграфічним підприємством. Спори між видавництвом і друкарнею та виготовлювачем вирішуються судом.

Поліграфічне підприємство несе відповідальність згідно із законодавством перед видавництвом за точне відтворення видавничого оригіналу, дотримання вимог щодо якості виконання кожного примірника видання у замовленому накладі, державних і міждержавних стандартів, технічних умов та інших нормативних документів.

Поліграфічне підприємство не має права без дозволу замовника передавати кому-небудь, крім випадків, передбачених законодавством, виготовлений наклад видання або його частину, видавничі оригінали, макети, фото чи друкарські форми.

Виготовлення без дозволу замовника додаткового накладу видання не допускається.

1.2. ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИДАВНИЦТВА

Міжнародний стандартний номер книги (ISBN)

Згідно із ГОСТ 7.4-95 «СИБИД. Издания. Выходные сведения» ISBN є одним із обов'язкових елементів вихідних відомостей для видань, без яких їх випуск не допускається.

Міжнародний стандартний номер книги ISBN (The International Standard Book Number) – номер, який на міжнародному рівні ідентифікує будь-яку книгу чи брошуру певного видавця. Система Міжнародної стандартної нумерації книг застосовується у 166 країнах світу. Використання системи ISBN дозволяє вдосконалити процес пошуку і замовлення видань та перевірки їх наявності. На міжнародному рівні управління системою ISBN здійснюється Міжнародним агентством ISBN, що сьогодні знаходиться в Лондоні, на національному рівні – національними агентствами. В Україні забезпечує впровадження системи ISBN, контролює правильність її функціонування, присвоює видавцям, що внесені до Державного реєстру, ідентифікатори видавців у системі ISBN, надає їм у користування номери ISBN відповідне агентство Книжкової палати України.

Для одержання Міжнародних стандартних номерів книг ISBN видавці повинні звернутися до відділу ISBN Книжкової палати.

Згідно із ДСТУ 3814-98 «Видання. Міжнародна стандартна нумерація книг», ISBN розміщується в нижньому лівому куті звороту титульного аркуша книги, а в разі його відсутності – під випускними даними.

Міжнародний стандартний номер книги складається з аббревіатури ISBN та десяти цифр, що розподіляються на чотири групи, котрі відокремлюються одна від одної дефісом: ідентифікатор країни (групи), ідентифікатор видавця, порядковий ідентифікатор книги, контрольна цифра: ISBN 966-7241-02-5. Для позначення цифрової частини ISBN використовують арабські цифри від 0 до 9. Остання цифра ISBN – контрольна – може бути римською цифрою X, що позначає число 10. З 2007 року введений тринадцятизначний номер ISBN, який включає спеціальний код 978, передбачений системою EAN-UCC для ідентифікації книжкових видань: 978-966-7241-02-5. Таким чином, номер ISBN буде перетворений в ідентифікаційний код системи EAN-UCC (див. наступний пункт).

Ідентифікатор країни (групи) присвоює Міжнародне агентство ISBN. Україні присвоєний тризначний ідентифікатор – 966. Ідентифікатор видавця надає Національне агентство ISBN. Воно надає видавцям

індивідуальні та збірні ідентифікатори. Індивідуальні класифікатори надаються конкретним видавцям, збірні – різним, що не мають індивідуального ідентифікатора й не видають книги систематично. Кількість цифрових знаків в ідентифікаторі видавця залежить від обсягу книжкових видань, які він випускає. Видавцеві із великим обсягом випуску літератури надається ідентифікатор із найменшою кількістю цифрових знаків, а видавцеві з незначними обсягами випуску книжкових видань – ідентифікатор із найбільшою кількістю цифрових знаків. Порядковий ідентифікатор книги служить для ідентифікації конкретного видання. Кількість цифрових знаків у порядковому ідентифікаторі книги залежить від ідентифікатора видавця. Видавці, яким надані індивідуальні ідентифікатори, надають порядкові ідентифікатори книг своїм виданням у діапазоні номерів, отриманих ними в Національному агентстві ISBN. Для видавців, що мають збірний ідентифікатор, порядкові ідентифікатори надає Національне агентство ISBN. Контрольна цифра служить для перевірки правильності написання цифрової частини ISBN.

Використання ISBN дозволяє вдосконалити процес обробки інформації щодо випуску книжкових видань, їх наявності, пошуку та реалізації. ISBN випущених видань наводяться у каталогах виданої літератури, бібліографічних покажчиків, в інформаційних виданнях системи «Books in print».

Штрихове кодування видань

У світовій видавничій практиці значного поширення набула практика штрихового кодування видань. Використання штрихового кодування книжок значно вдосконалює процес їх продажу, підвищує рівень автоматизації збирання, реєстрації та обробки інформації стосовно їх наявності, обсягу і структури реалізації, полегшує пошук та замовлення необхідних видань. У західних країнах продаж книг без штрихкоду практично неможливий.

Згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 29 травня 1996 р. № 574 «Про впровадження штрихового кодування товарів» з 1 січня 1997 року запроваджено маркування суб'єктами підприємницької діяльності товарів штриховими кодами. Для маркування продукції в Україні використовуються штрихові коди системи EAN-UCC.

Присвоєння суб'єктам підприємницької діяльності, товарам номерів системи EAN-UCC здійснює Асоціація товарної нумерації «ЄАН Україна» (нова назва – GS1 Україна), що створена у вересні 1994 року і є офіційним представником в Україні міжнародної організації GS1.

Міжнародна асоціація була заснована у 1977 році як Європейська асоціація товарної нумерації EAN (European Article Numbering), а після приєднання країн з інших континентів була перейменована у EAN International. З 2004 року, після долучення до асоціації Ради з уніфікованого кодування UCC (США), була впроваджена назва GS1. Система є досить поширеною – її застосовують у 140 країнах. Але це не єдина система штрихового кодування – у світі є кілька десятків подібних систем.

Штриховий код є комбінацією цифрових позначень, штрихів та проміжків різного розміру. Цифрові позначення містять 13 (код EAN-13) або 8 цифр (код EAN-8). Така символіка дозволяє кодувати лише цифрові значення. Штрихкодowa символіка UCC/EAN-128 (нова назва – GS1-128) дозволяє кодувати не тільки цифри, а й усі літери латинської абетки та інші знаки (всього 128 символів). Зазвичай код містить інформацію про країну, виробника товару та сам товар. У коді UCC/EAN-128 можна подати додаткову інформацію про продукцію, наприклад, вагу нетто, дату виготовлення, серійний номер, термін придатності тощо. Закодована інформація автоматично зчитується за допомогою спеціальних сканерів. Штриховий код будується за певними стандартними правилами.

На відміну від інших товарів ідентифікація книжок відбувається за допомогою штрихкодowych позначок, що будуються на основі ISBN. Ці умови використання кодів EAN-13 визначені угодою між Асоціацією EAN International (нині GS1), UCC та Міжнародним агентством ISBN. Код EAN для книг складається зі спеціального коду 978, що виділений Міжнародною асоціацією GS1 для ідентифікації книжкових видань у загальній товарній масі, та номера ISBN видання. Остання цифра штрихкоду є контрольною і використовується для перевірки його правильності. Контрольна цифра з номера ISBN до штрихового коду не входить, оскільки код EAN-13 має своє контрольне число. Також для маркування книжок та періодичних видань застосовуються коди з дво- та п'ятизначними «розширеннями» для кодування додаткової інформації (номер видання, спеціальне позначення ціни). Штрихові коди розміщують на четвертій сторінці обкладинки або на задній палітурці.

Консультування з питань надання виданням ідентифікаційних номерів Bookland/EAN/ISBN у стандарті коду EAN-13 здійснює Національне агентство ISBN Книжкової палати України.

Для створення штрихкової позначки в електронному вигляді (майстер-файла) застосовується спеціальне програмне забезпечення.

Якщо у видавництві немає необхідних програмних продуктів, необхідно замовити готовий майстер-файл або майстер-фільм (плівку з зображенням штрихкової позначки) в організації, що надає такі послуги, наприклад через відділ ISBN Книжкової палати.

Нормативна база видавничої діяльності

Правове регулювання діяльності видавництв і видавничих організацій здійснюється нормативно-правовими актами як загального (спільними для всіх підприємств та організацій, що діють на території України) так і спеціального характеру. Видавнича діяльність в Україні регламентується низкою законодавчих актів. До їх складу входять:

- ✓ Закон України «Про видавничу справу» від 5.06.97 № 318/97-ВР.
- ✓ Закон України «Про інформацію» від 2.10.92 № 2657-XII.
- ✓ Закон України «Про внесення змін до Закону України» Про авторське право і суміжні права» від 11.07.2001 № 2627-III.
- ✓ Закон України «Про державну таємницю» від 21.01.94 № 3855-XII.
- ✓ Закон України «Про обов'язковий примірник документів» від 09.04.99 № 595-XIV.
- ✓ Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо державної підтримки книговидавничої справи в Україні» від 20.11.2003 № 1300-IV.
- ✓ Закон України «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» від 06.03.2003 № 601-IV.
- ✓ Закон України «Про обов'язковий примірник документів» від 09.04.1999 № 595-XIV.
- ✓ Указ Президента України «Про деякі заходи з розвитку книговидавничої справи в Україні» від 21.03.2006 № 243/2006.
- ✓ Постанова Кабінету Міністрів України «Про Державний реєстр видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції» від 28 вересня 1998 р. № 1540.
- ✓ Постанова Кабінету Міністрів України «Про впровадження штрихового кодування товарів» від 29.05.1996 № 574.
- ✓ Положення «Про штрихове кодування товарів», затверджене наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 20.08.2002 № 255.
- ✓ Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV.
- ✓ Наказ Міністерства освіти і науки України «Порядок надання навчальній літературі, засобам навчання і навчальному обладнанню грифів та свідоцтв Міністерства освіти і науки України» від 23.12.2004 № 973.

Вимоги до технічного оформлення друкованих видань визначаються системою нормативно-технічних документів:

- ✓ Основні одиниці обліку видавничої продукції.
- ✓ Методика визначення обсягу авторського і видавничого оригіналів.
- ✓ ГОСТ 7.1-84 СИБИД. Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления. Изменения: 1999.
- ✓ ДСТУ 3582-97. Інформація та документація. Скорочення слів в українській мові у бібліографічному описі. Загальні вимоги та правила.
- ✓ ГОСТ 7.12-93 СИБИД. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила. Изменения: 1996.
- ✓ ГОСТ 7.4-95 СИБИД. Издания. Выходные сведения. Изменения: 1996; 2000.
- ✓ ДСТУ 3814-98. Інформація і документація. Видання. Міжнародна стандартна нумерація книг.
- ✓ ГОСТ 7.56-89. (СТ СЭВ 175-75, ИСО 3297-86) СИБИД. Издания. Международная стандартная нумерация серийных изданий.
- ✓ ГОСТ 7.9-95. (ИСО 214-76) СИБИД. Реферат и анотация. Общие требования. Взамен ГОСТ 7.9-77.
- ✓ ДСТУ 3145-95. Коди та кодування інформації. Штрихове кодування. Загальні вимоги.
- ✓ ДСТУ 3144-95. Коди та кодування інформації. Штрихове кодування. Терміни та визначення.
- ✓ ДСТУ 3146-95. Коди та кодування інформації. Штрихове кодування. Маркування об'єктів ідентифікації. Штрихові позначки EAN. Вимоги до побудови.
- ✓ ДСТУ 3148-95. Коди та кодування інформації. Штрихове кодування. Система електронного обміну документами на постачання продукції. Загальні вимоги.
- ✓ ДСТУ 3356-96. Коди та кодування інформації. Штрихове кодування. Маркування об'єктів ідентифікації. Порядок присвоєння, реєстрації, перегляду та скасування кодів EAN на продукцію.
- ✓ ДСТУ 3359-96. Коди та кодування інформації. Штрихове кодування. Маркування об'єктів ідентифікації. Якість друку штрихкодів позначок. Загальні технічні вимоги та методи контролю.
- ✓ КНД 50-051-95. Коди і кодування інформації. Штрихове кодування. Вибір і застосування штрихових кодів. Основні положення.

- ✓ ГОСТ 7.5-98 СИБИД. Журналы, сборники, информационные издания. Издательское оформление публикуемых материалов.
 - ✓ ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення.
 - ✓ ДСТУ 3018-95. Видання. Поліграфічне виконання. Терміни та визначення.
 - ✓ ДСТУ 3772-98. Оригінали для поліграфічного відтворення. Загальні технічні вимоги.
 - ✓ ГОСТ 7.62-90 СИБИД. Знаки для разметки оригиналов и исправления корректурных и пробных оттисков.
 - ✓ ГОСТ 5773-90. Издания книжные и журнальные. Форматы.
 - ✓ ГОСТ 9254-77. Газеты. Размеры. Изменения: 1987; 1989.
 - ✓ ГОСТ 22240-76. Обложки и крышки переплетные. Типы. Изменения: 1082; 1987.
 - ✓ ГОСТ 7.23-80 СИБИД. Издания информационные. Структура и оформление.
 - ✓ ГСТУ 29.5-2001. Видання книжкові. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги.
 - ✓ ГСТУ 29.4-2001. Обкладинки і палітурки. Типи.
 - ✓ ГСТУ 29.2-97. Підручники і навчальні посібники для загальноосвітніх шкіл та інших типів середніх навчальних закладів. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги.
 - ✓ ГСТУ 29.6-2000. Видання для дітей. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги.
 - ✓ ДСанПІН 5.5.6.084-2002. Державні санітарні правила і норми. Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей.
 - ✓ ГСТУ 29.1-97. Журнали. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги.
 - ✓ ГСТУ 29.3-2000. Газети. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги.
 - ✓ СОУ 22.2-02477019-01:2004. Картки образотворчі немарковані. Технічні умови.
 - ✓ СОУ 22.2-02477019-02:2005. Видання аркушеві. Технічні умови.
 - ✓ ТУУ 29.005-95 Календарі. Технічні умови.
- Для типової видавничої продукції використовуються державні стандарти (ГОСТ, ДСТУ), якими передбачено для кожного видання основні характеристики (оформлення, формати, способи поліграфічного виконання тощо). Для виробів, що виготовляються виключно в певній галузі, розроблено галузеві стандарти (ГСТУ). Для нетипової видавничої продукції замість стандартів використовуються технічні умови (ТУУ), які визначають усі ознаки виробу. Використання стандартів у видавничій справі дозволяє уніфікувати процес підготовки

та виготовлення видань, уникнути розбіжностей між вимогами видавництва та можливостями поліграфічних підприємств. Дотримання передбачених стандартами правил бібліографічного оформлення видань дозволяє створити універсальну систему інформації про книги, зробити її придатною для використання у статистиці, торгівлі, бібліографії.

Згідно з Господарським кодексом України всі суб'єкти господарювання зобов'язані здійснювати бухгалтерський облік результатів своєї роботи, складати статистичну інформацію, а також надавати відповідно до вимог закону фінансову звітність та статистичну інформацію щодо своєї господарської діяльності.

Облік діяльності та формування собівартості видавничої продукції здійснюється із застосуванням положень галузевої Інструкції з планування, обліку, калькулювання собівартості видавничої і поліграфічної продукції, затвердженої Наказом Держкомтелерадіо України № 14 від 31.01.04.

Для забезпечення одержання інформації про стан книговидавання до складу статистичної звітності видавництв і видавничих організацій з 1 січня 1993 року введена форма № 1-В «Звіт видавництва, видавничої організації про випуск і здачу друкованої продукції», що подається до Книжкової палати України.

1.3. БІБЛІОГРАФІЧНЕ, СТАТИСТИЧНЕ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КНИГОВИДАВАННЯ

Книжкова палата України

Книжкова палата України – державна наукова установа у сфері видавничої справи та інформаційної діяльності, що здійснює:

- ✓ державну бібліографічну реєстрацію та централізовану каталогізацію всіх без винятку видів видань, випущених в Україні;
- ✓ збирання та використання адміністративних даних, що характеризують динаміку та тенденції у видавничій справі;
- ✓ аналіз тенденцій розповсюдження видавничої продукції, вивчення книжкового ринку, його регіональних особливостей;
- ✓ комплектування і збереження повного і недоторканного фонду Державного архіву друку – головного сховища всіх видів видань, випущених в Україні;
- ✓ державну стандартизацію видавничої та бібліотечної справи, розроблення і контроль за дотриманням стандартів суб'єктами видавничої справи, а також сертифікацію баз даних;

✓ розробку та обґрунтування короткострокових і довгострокових прогнозів розвитку видавничої та бібліографічної справи в Україні;

✓ наукові дослідження в галузі бібліографії, книгознавства, соціології книги та читання, консервації та реставрації документів; наукознавчі дослідження й розробку бібліометричних методів визначення пріоритетних напрямків і рівнів розвитку наукових досліджень;

✓ створення та видання поточних, кумулятивних і ретроспективних бібліографічних показників, реферативних журналів і науково-аналітичних оглядів, друкованих карток;

✓ розробку та експлуатацію бібліографічних баз даних і мереж бібліографічної інформації;

✓ організацію книгообміну.

Книжкова палата була створена у 1919 році. Її архів містить найповніше зібрання книг, газет, журналів і аркушевої продукції, виданої в Україні з 1917 року. Фонди друкованої продукції і бази даних Книжкової палати України перебувають під охороною держави та є її власністю. Книжкова палата України одержує безоплатні та платні обов'язкові примірники всіх видань, випуск яких здійснюється суб'єктами видавничої справи в Україні, і надає узагальнену інформацію про це через засоби масової інформації та надсилає її в управління преси та інформації обласних державних адміністрацій. Книжкова палата України є Національним агентством Міжнародної стандартної нумерації книг (ISBN) і Національним центром Міжнародної інформаційної системи серіальних видань (ISSN). Вона надає платні консультації з питань систематизації, бібліографічного опису документів, організації каталогів, розміщення вихідних відомостей у видавничій продукції, індексування за УДК, підготовки статистичних звітів, нормативного забезпечення видавничої галузі та інших питань, що стосуються видавничої діяльності.

Бібліографічна інформація

Книжкова палата є центром державної бібліографії, де створено систему збирання, реєстрації, зберігання, а також актуалізації та розповсюдження інформації про видання, що виходять в Україні. Інформація про нові книжкові видання, котрі вийшли друком, розміщується на сторінках журналу «Вісник книжкової палати». Більш повно ця інформація висвітлена в бібліографічному показнику «Літопис книг», що виходить із 1924 року. Для різних видів і типів друкованої продукції Книжковою палатою передбачено випуск окремих бібліографічних

покажчиків: «Літопис журнальних статей», «Літопис газетних статей», «Літопис періодичних видань України», «Літопис авторефератів дисертацій», «Літопис рецензій», «Літопис нотних видань», «Літопис образотворчих видань», «Літопис картографічних видань», «Нові видання України». Книжкова палата видає також низку інших бібліографічних покажчиків, довідників, каталогів, журналів.

Книжкова палата України на замовлення готує і надає бібліографічну інформацію про всю видавничу продукцію, що випускається в Україні, складає бібліографічні огляди, що стосуються окремих книг, авторів, публікацій тощо; здійснює поточне інформування за певною тематикою.

Статистична інформація

Однією з основних функцій Книжкової палати є збирання, обробка та узагальнення даних, що характеризують обсяг випуску видавничої продукції в Україні. На основі опрацювання обов'язкових примірників, що надходять до Книжкової палати, а також інформації, яка міститься у формі статистичної звітності видавництв і видавничих організацій № 1-В «Звіт видавництва, видавничої організації про випуск і здачу друкованої продукції», ведеться статистичний облік друкованих видань. Поточна статистична інформація про стан видавничої діяльності публікується в журналі «Вісник Книжкової палати», підсумкові статистичні дані – у щорічнику «Друк України». Статистичний облік ведеться за видами видань, накладом, тематикою та розділами цільового призначення, мовами народів світу, жанрами літератури, територіальною ознакою, видавництвами та видавничими організаціями.

Книжкова палата надає платні довідково-інформаційні послуги з видавничої діяльності та з усіх видів друкованої продукції.

Науково-технічна й нормативна інформація з видавничої справи, поліграфії та книгорозповсюдження

Основним джерелом науково-технічної інформації з видавничої справи, поліграфії, книгорозповсюдження та суміжних галузей в Україні є спеціалізовані галузеві видання («Принт плюс: бумага», «Поліграфія і видавнича справа», «Поліграфія України», «Палітра друку», «Вісник Книжкової палати» тощо), що містять інформацію про результати наукових досліджень та останні розробки у сфері галузевої техніки і технологій, матеріалів, висвітлюються основні тенденції в розвитку видавничої та поліграфічної справи, книжкової торгівлі.

Нині в Україні відчувається нестача власних стандартів у видавничій та поліграфічній галузі. Окремі державні стандарти в цій сфері були розроблені, але переважна більшість нормативних документів, що використовуються підприємствами видавничо-поліграфічного комплексу України, є розробками зарубіжних (російських та європейських) органів стандартизації. Система управління комплексом є децентралізованою і доступ до нормативних документів є неповним. Інформацію стосовно видавничої справи можна отримати в Книжковій палаті України. Розробниками нормативної документації для поліграфічної галузі є Український науково-дослідний інститут проблем поліграфії ім. Т. Г. Шевченка та Український науково-дослідний інститут спеціальних видів друку.

Інформаційна система літератури, що видається

Джерелом інформації про книги, що видаються, є каталоги, прайслисти та сайти видавництв. Переважна більшість видавництв видає каталоги своїх видань, де вміщені книги не лише поточного року, а й останніх кількох років, що є в наявності. Інформація про нові книги та книги, котрі готуються до друку, також подається у фахових періодичних виданнях.

Інформаційна система типу «Books in Print», що застосовується у світовій практиці видання та розповсюдження книжкової продукції, містить інформацію про всі видання, котрі можна придбати на ринку. Подібні системи дозволяють з'ясувати, чи виходила дана книга раніше, отримати інформацію про певного автора та його видання, дані про видання конкурентів. Розробку такої системи в Україні здійснює Книжкова палата, якою було підготовлено і видано декілька випусків каталогів «Книги в продажу» та «Книги України». Також у межах формування інформаційного простору книжкового ринку Книжковою палатою був створений електронний каталог «Книги незалежної України», в якому вміщені відомості про літературу, що була видана в країні з 1991 року. Інформація в каталозі формується на підставі даних обов'язкових примірників видань, що надходять до Книжкової палати, і постійно доповнюється. Книжкова палата України надає довідки з використанням інформації баз даних як платні послуги.

Інформаційні системи дозволяють видавцям та книгорозповсюдвачам отримувати необхідну інформацію про стан книжкового ринку, найбільш повно враховувати його потреби, більш ефективно задовольняти попит споживачів, збільшувати швидкість та обсяги реалізації книжкових видань.

1.4. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ВИДАВНИЦТВА

Успішна діяльність видавництва залежить від багатьох складових: пошуку кваліфікованих авторів і актуальних, підготовлених на належному рівні творів, якості підготовки оригінал-макету та виготовлення книги поліграфічним підприємством і, що також надзвичайно важливо, її успішної реалізації.

При започаткуванні видавничої діяльності необхідно визначитися із спеціалізацією видавництва, тобто з видами і типами літератури, що випускатимуть. Залежно від виду літератури видавництво може бути універсальним (видавати літературу різних видів) та спеціалізованим (видавати літературу тільки певного виду або типу). Універсальні та спеціалізовані видавництва потребують різної структури та організації. Однак типової організаційної структури видавництв не існує. Кожна видавнича організація самостійно визначає оптимальну структуру для своїх розмірів і напрямків діяльності. Обрана організаційна структура має забезпечувати чіткий розподіл завдань і відповідальності між підрозділами і в середині підрозділів. Організаційна структура має бути гнучкою і здатною виконувати свої функції, реагувати на зміни, що відбуваються.

Підготовка до виходу нового видання – це дуже складна робота, яка потребує багато часу. Процес випуску літератури включає в себе такі основні етапи: планування видавничої програми, замовлення або відбір рукописів, редагування (літературне, наукове), художнє оформлення, підготовка видання до поліграфічного відтворення, виробничий процес, реалізація готової продукції.

Враховуючи основні етапи процесу видавничої підготовки видання у структурі видавництва можуть бути виділені такі основні частини: редакційна, виробнича, збутова (маркетингова).

Очолює редакційний підрозділ головний редактор, який, як правило, є заступником керівника видавництва. Головний редактор бере участь у розробці видавничих планів, координує роботу, пов'язану з формуванням авторського середовища у відповідності до профілю діяльності видавництва, приймає остаточне рішення щодо доцільності випуску у світ видання, координує роботу редакційної частини видавництва, контролює якість редакційної підготовки творів.

Редактори здійснюють відбір рукописів, дають їм оцінку, визначають доцільність їх видання, готують видання до друку, спільно з іншими підрозділами вирішують питання оформлення книги. Процес редагування забезпечує наукове та літературне опрацювання матеріалу.

Також редактор працює з автором рукопису, здійснює контроль версток, коректури, сигнальних примірників. Робота редакторів є надзвичайно відповідальною, адже вони визначають доцільність видання творів, а, отже, визначають «обличчя» видавництва, формують його імідж.

Якщо твір є вузькоспеціалізованим, то для його наукового редагування доцільно залучати фахівців, які здійснюють наукові дослідження у даній сфері, займаються виробництвом за цим напрямом.

Художнє оформлення творів здійснюється художнім редактором, який складає плани художнього оформлення видань, пропонує формати, оформлення видання, здійснює підбір художників.

Вичитування є продовженням редакційної обробки твору. Її здійснюють в окремих підрозділах – коректурних відділах. У деяких видавництвах коректори входять до складу редакцій. Коректори здійснюють вичитування рукописів, звірку оригіналу з набраним текстом, коректур, сигнальних примірників. Ними перевіряються скорочення, терміни, виділення, стиль, усуваються орфографічні, пунктуаційні помилки, описки.

Виробничий підрозділ призначений для виготовлення редакційних оригіналів, погодження всіх питань з поліграфічними підприємствами з накладу творів. Підготовка видання до технологічних процесів його виготовлення здійснюється технічним редактором. Робота технічного редактора тісно пов'язана з редактором, який опікується випуском даної книги, та художнім редактором. Він здійснює технічне проектування видання, веде підготовку видавничих оригіналів для поліграфічного відтворення, визначає тип оформлення видання. Технічний редактор відповідає за зв'язок із поліграфічними підприємствами, здійснює пошук друкарень для розміщення замовлень, стежить за якістю та точністю поліграфічного відтворення видань, розраховує необхідну кількість паперу, картону, палітурних та інших матеріалів для кожного видання і здійснює контроль за їх використанням друкарнею.

Додрукарські процеси на сьогоднішній день усе частіше виконуються видавництвами. Набір, верстання, сканування ілюстрацій, кольороподіл, виготовлення оригінал-макету видання, фотоформ здійснюється переважно у виробничих підрозділах. Більш детально ці процеси описуються в розділі 6.

Підготовка й випуск видання у світ є колективною працею, тому для діяльності видавництва надзвичайно важливо мати налагоджені зв'язки між підрозділами, проводити регулярні наради й обговорення творчих проєктів, нових ідей та поточних справ.

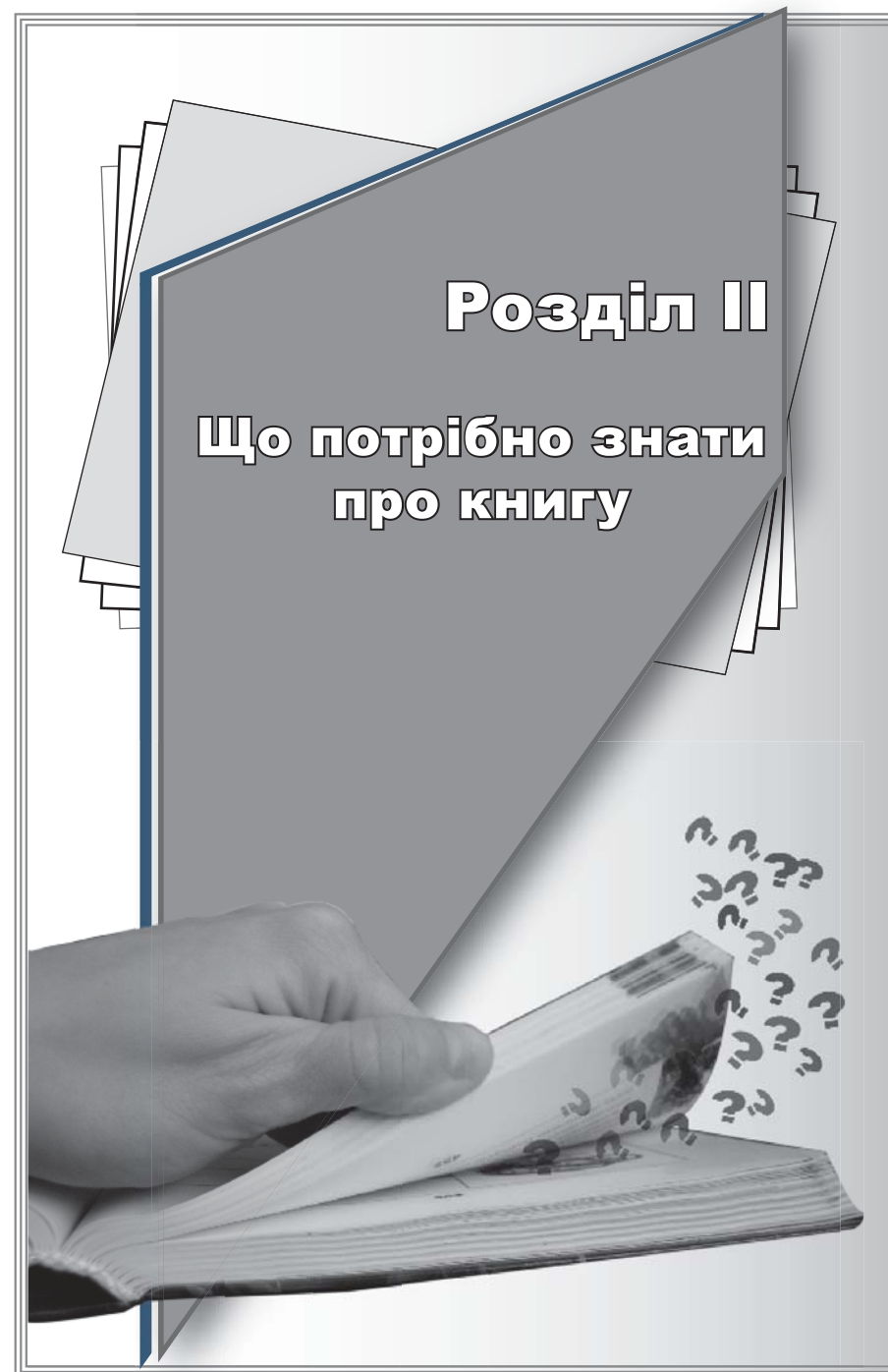
Для успішної діяльності видавництва, як і будь-якої організації, важливим і необхідним є аналіз ситуації на ринку, вивчення попиту споживачів, діяльності конкурентів, розробка стратегії маркетингу. Підрозділ реалізації та маркетингу організовує і направляє роботу з реклами, пропаганди і збуту друкованої продукції. Цей відділ координує роботу видавництва на ринку, займається розробкою рекламних кампаній, рекламних матеріалів, дослідженням ринку, організацією процесу реалізації готової продукції.

Крім підрозділів, що здійснюють підготовку видання до його випуску, до організаційної структури видавництва в залежності від його розміру також можуть входити бухгалтерія, економічний відділ, юридичний відділ, відділ кадрів тощо.

Під час створення видавництва необхідно забезпечити належний кадровий і ресурсний потенціал. Протягом останніх років в Україні з'явилася велика кількість видавництв та видавничих організацій. Враховуючи ситуацію, що склалася на ринку, видавництво має здійснювати випуск конкурентноспроможної продукції. Тому особливо важливо залучити до співпраці компетентних фахівців.

Враховуючи той факт, що переважна більшість видавництв відносяться до малих підприємств, редактори, коректори, художники, складальники та верстальники до штату видавництва можуть не входити і співпраця з ними здійснюється на договірній основі. У невеликих видавництвах спостерігається поєднання виконуваних обов'язків – так, наприклад, редактор може виконувати функції коректора.

Метою діяльності будь-якого суб'єкта господарювання є одержання прибутку. Для досягнення цієї мети видавництво має здійснювати випуск продукції, що користуватиметься попитом. З цією метою видавництво має приділяти значну увагу вивченню своїх споживачів, їх потреб, уподобань, здійснювати постійний моніторинг ринку, аналізувати зміни, що відбуваються на ньому, оперативно реагувати на них, забезпечувати оптимальне розповсюдження своїх видань.



2.1. ЩО ТАКЕ КНИГА

Усі сходяться на тому, що книга – носій і передавач творів писемності та графіки. Куди менше тих, хто чітко усвідомлює, що книга – художньо оформлений виріб, апарат, завдяки якому читачі можуть користуватися цими творами з найрізноманітнішими цілями, а бібліографи, книгорозповсюджувачі, бібліотекарі – швидко доводити їх до читача. І хоча головне в книзі – ті твори, що в ній надруковані, повноцінною й високоякісною книга може бути тільки тоді, коли все в ній передбачено, щоб читач міг легко розшукати її серед багатьох тисяч інших і без ускладнень працювати з нею – ретельно вивчати в повному обсязі або наводити довідки, розшукувати матеріал на тему, що його цікавить, або знаходити розповідь, вірш, ілюстрацію тощо. Бажано, щоб художньо-технічне оформлення книги (шрифт, формат, поля, ілюстрації) поліпшувало сприйняття авторських думок, образів, фактів, а не ускладнювало його.

У книзі твір автора з'являється в опрацьованому вигляді в порівнянні з авторським оригіналом (рукописом).

По-перше, він обростає книжковими елементами, від чого книга стає зручною в користуванні. Ці елементи такі:

- ✓ основні відомості про видання, що дозволяють виділити книгу серед інших і довідатися про найголовніше про неї (вихідні відомості);
- ✓ покажчик заголовків видання (зміст);
- ✓ покажчики предметів, імен, назв, які можна знайти на сторінках книги (предметний, іменний та інші допоміжні покажчики);
- ✓ покажчики тематичного змісту сторінок (колонтитули);
- ✓ тексти, що допомагають розібратися в складності змісту творів (вступна стаття, післямова, примітки й коментарі);
- ✓ текст, що дозволяє ознайомитися з усіма особливостями друкованого твору, важливими для стратегії та способу читання книги (передмова);
- ✓ джерела цитат і запозичень, а також більш повного, наукового або популярного висвітлення теми, ніж у виданому творі (бібліографічні посилання, списки й покажчики).

По-друге, у книзі твір автора знаходить інше художньо-технічне втілення, від чого читач краще сприймає його зміст і форму, не кажучи вже про естетичну насолоду від книги.

Таким чином, книгу можна розглядати двоюко: з одного боку, вона – носій і передавач творів писемності, з іншого – пристосування, апарат для всебічного використання читачем цих творів і зразок графічного мистецтва.

Розуміння цього подвійного сприйняття книги дуже часто бракує її творцям. І тому народжуються на світ книги, які через неграмотно

складений титульний аркуш важко знайти; книги, у яких немає нічого, що допомагало б читачеві визначити стратегію читання; книги, які набрані й оформлені так, що їх важко читати, а в їхніх матеріалах складно орієнтуватися. Читач нерідко витрачає багато часу на пошук у книзі відомостей про предмет або тему, на розшук оповідання або вірша, розділу або таблиці.

Зрозуміло, що гарну книгу без професійних книгознавчих, видавничо-поліграфічних й оформлювальних знань не створиш. Виникнення видавничих професій – дизайнера, редактора (художнього, технічного, наукового), коректора – зовсім не було штучним. Їх породила складність самої книги та процесу її видання. І якщо знаходиться видавець, який може випускати гарні книги майже самостійно, то лише тому, що він опанував усіма видавничими професіями і при невеликому обсязі випуску здатен їх поєднувати.

Видавець – і підприємець, і діяч культури одночасно. Бути чесним і моральним видавцем не просто, але без цього видавнича діяльність втрачає частину свого високого духовного змісту.

2.2. ЗОВНІШНЯ КОНСТРУКЦІЯ КНИГИ

Протягом історії змінювалася конструкція книги. Глиняні таблички, сувій, нарешті, кодекс – скріплені в корінці аркуші прямокутної форми, захищені палітуркою або обкладинкою. Остання форма виявилася життєздатною завдяки своїй простоті та зручності: книгу такої форми легко зберігати й розповсюджувати, сторінки вільно перегортати в будь-якому напрямку.

Книга в палітурці

Основні конструктивні елементи сучасної книги в палітурці такі.

Книжковий блок – комплект скріплених у корінці зошитів (складених у кілька разів надрукованих аркушів) або окремих аркушів, що містять усі сторінки та інші деталі майбутньої книги.

Приклейки та вклайки – аркуші більшого формату, ніж формат самої книги, складені (сфальцьовані) під цей формат, або аркуші того ж формату, що й книга, але надруковані на іншому папері, та (або) іншим способом друку, та (або) з більшою кількістю кольорів, ніж сторінки книги, і окремо від них.

Відрізняються приклейки від вклайок тим, що перші підклеюють до краю корінцевого поля однієї із зовнішніх сторінок книжкового зошита, а другі – до однієї із внутрішніх сторінок зошита.

Вклеюю (приклеюю) може бути й аркуш, надрукований замість того, який містить неприпустиму помилку й відрізаний так, що за-

лишається смужка в корінцеві; до неї й приклеюють новий аркуш. Цей процес називається видиркою. Видирку можна робити й у блоці, і в уже переплетеній книзі.

Накидки й вкладки – аркуші того ж формату, що й аркуші книги, але надруковані на іншому папері, та (або) іншим способом друку, та (або) з більшою кількістю кольорів, накинута на корінець того або іншого зошита майбутнього блока (накидки) або вкладені в середину зошита (вкладки) й прошиті або склеєні разом із ним. Ними користуються, коли ілюстрації в книзі можна без відчутної шкоди для читача помістити групами в декількох місцях, а не кожен поблизу тексту, з яким вона пов'язана.

Форзаци – два аркуші розміром з розгорнуту книгу кожен. Один із них (передній форзац), згинають удвічі по ширині, приклеюють вузькою смужкою (приблизно 5 мм) уздовж згину до кромки корінцевого поля першої сторінки першого зошита блока, а інший (задній форзац) – до кромки корінцевого поля останньої сторінки останнього зошита, тобто він з'єднує книжковий блок з палітуркою.

Форзаци, як правило, виготовляють зі спеціального, форзацного паперу, білого або кольорового, і використовують як елемент художнього оформлення книги. Вони можуть бути чистими (нездрукованими) і здрукованими (з декоративним або сюжетним зображенням, з інформаційно-рекламним або довідковим текстом).

Якщо протягом читання книги необхідно часто звертатися до довідкових матеріалів невеликого обсягу (карта, схема, список скорочень та умовних позначень тощо), найбільш зручно розмістити їх на форзаці: розкрити книгу на форзаці набагато простіше, ніж розшукувати подібні матеріали всередині книги. Вигідно це й для видавця: заощаджується папір під текст або інший основний матеріал.

У книгах, які часто й багато розкривають (словники, довідники), та ще великого обсягу, бажано робити форзаци іншої конструкції: складені з наклеєною на згин форзаца смужкою міцного паперу або тканини. Застосовуються форзаци й інших конструкцій, призначення яких – зробити книгу не тільки більш міцною, але й функціонально і художньо більш досконалою.

Каптал – кольорова тасьма зі стовщеним краєм, що наклеюється на верхній і нижній краї корінця книжкового блока, щоб скріпити й захистити їх, зміцнити блок. Підібраний під кольори палітурки за подібністю або контрастом, каптал є також елементом художнього оформлення.

Палітурка – тверда захисна кришка книги, з'єднана з книжковим блоком за допомогою форзаців, половинку яких усією площиною наклеюють на внутрішній бік палітурки.

Сучасна палітурка виготовляється із картонних сторінок формату книги або трохи більшого, які покривають цільним шматком палітурного матеріалу суцільноскроєна палітурка або корінець роблять із одного матеріалу, а сторінки покривають іншим (складена палітурка). Більш детально про конструкції палітурок та їхні типи див. у розділі 12.

Книга в обкладинці

Така книга конструктивно трохи відрізняється від книги в палітурці. Книжковий (точніше – брошурний) блок (для поліграфістів будь-яка книга в обкладинці – брошура) простіший: у ньому немає форзаців і капталів. Обкладинку приклеюють до блока тільки на площину його корінця (покриття звичайне) або додатково ще й до корінцевої кромки першої й останньої сторінок блока (покриття врозпуск). При третьому виді покриття – внакидку, що застосовується для тонких брошур, скомплектованих вкладкою (один зошит у середину іншого), обкладинку накидають на блок і прошивають разом із ним. Виготовляти книгу в обкладинці дешевше, ніж у палітурці.

Книга в суперобкладинці

Книга і в обкладинці, і в палітурці може бути обгорнута в суперобкладинку – м'яку обгортку з паперу (іноді із прозорої плівки), що захищає палітурку або обкладинку від пошкоджень і пилу.

Для книги в палітурці суперобкладинка, крім того, може художньо прикрасити книгу, привернути до неї увагу читача, оскільки в палітурці із тканини або його замінильника можливості для цього більш обмежені і з технічних, і з економічних причин. На палітурних матеріалах тисненням або друком палітурними фарбами не можна отримати такі ж тонкі штрихи, як під час друку на папері, майже неможливо використовувати друк напівтонових зображень однією й тим більше багатьма фарбами.

Дуже близький до друку на папері офсетний друк на тканині, але для нього підходить далеко не всяка тканина, до того ж не всі вітчизняні підприємства освоїли таку технологію. Якщо ж вона доступна, суперобкладинка як художньо-рекламний засіб стає неов'язковою. Немає сенсу використовувати суперобкладинку під час трафаретного та інших спеціальних способів друку на палітурному матеріалі, тому що вони самі по собі дуже ефектні.

На книгу в обкладинці суперобкладинку надягають або тому, що цього вимагає художній задум дизайнера, чи тому, що в такий спосіб видавець і художник хочуть ущільнити кришку книги, не маючи у своєму

розпорядженні можливості одягти книгу в обкладинку зі щільного паперу.

На клапанах суперобкладинки друкують текстову рекламу, інформацію про дану книгу та інші книги видавництва.

Конструктивно суперобкладинки можуть бути дуже різними: із широкими клапанами, котрі за шириною майже дорівнюють ширині книги; із клапанами, розрахованими на обгортку томів двотомника, їх можуть приклеювати до корінця обкладинки і т. ін.

Книга у футлярі

Найцінніші книги (з коштовними палітурками) укладають у картонний короб – футляр – для більш солідного захисту їх від пошкоджень під час транспортування та (або) для того, щоб надати книзі ще більшої художньої цінності як зразку книжкового мистецтва.

Чисто службовий футляр роблять із низькосортного картону, не обклеєного якимось матеріалом і без усякого друку на ньому. Якщо ж футляр – елемент художнього ансамблю книги, то його виготовляють із картону високої якості, на якому друкують зображення й текст або обклеюють його задрукованим папером чи тканиною.

Конструктивно футляри також дуже різноманітні. Одні склеєні так, що залишають відкритим лише корінець палітурки книги, інші охоплюють тільки сторінки з верхнім і нижнім обрізами блока, треті зроблені у вигляді книжкової полиці, котра розрахована на зберігання багатотомника.

Футляри, як правило, виготовляють вручну або на іншому виробництві, що займається виготовленням пакування. Це значно здорожує книгу. Тому застосовують їх, головним чином, при виданні малонакладних високомистецьких книг.

Електронна книга

В останні роки значного поширення набула так звана електронна книга – електронний запис на компакт-диску всієї інформації, що несе книга у звичайній її формі.

Перевага електронної книги в тому, що вона набагато компактніша за звичайну книгу й може вмістити на один диск інформацію багатотомної енциклопедії; при закладених у неї запрограмованих відповідних можливостях здатна значно підвищити швидкість пошуку потрібного матеріалу, спростити вибіркове читання; не вимагає паперу, що значно дешевлює видання.

Електронна книга навряд чи витіснить книгу в її традиційній формі. По-перше, читання традиційної книги спричиняє менше перенапру-

ження зору; по-друге, художник робить її твором книжкового мистецтва, що не може не впливати на її краще сприйняття; по-третє, нею можна користуватися безпосередньо, без будь-яких технічних пристосувань. Тож електронна книга й традиційна друкована книга, скоріше за все, співіснуватимуть, збагачуючи людство.

На сьогодні електронні засоби зберігання й передачі інформації мають величезний потенціал. Якщо всю інформацію, що накопичена в безлічі книг, розмістити в банку даних світової інформаційної мережі, вона стане доступною кожному, хто користується послугами цієї мережі. Можна, сидячи в себе вдома, переміщуватись у найвіддаленіші книгосховища, читаючи на екрані комп'ютера сторінки рідкісних видань.

Розповсюдження електронних книг, особливо довідкового, науково-технічного, науково-популярного характеру, дуже актуальне зараз, при стрімкому зростанні користувачів Internet.

2.3. ВНУТРІШНЯ СТРУКТУРА КНИГИ

Основний, додатковий і допоміжний тексти

Текстова частина книги чітко поділяється на:

Основний текст – текст твору або творів, заради розповсюдження й читання яких книга видається.

Додатковий текст – текст, що стосується творів, але до них не входить, – різного роду додатки (документи, довідкові таблиці тощо), редакції й варіанти основного тексту.

Допоміжний (службовий) текст – так званий апарат книги, завдання якого:

✓ спростити й скоротити її шлях до читача (це завдання виконує інформаційно-довідковий апарат – вихідні відомості на найпримітніших місцях книги);

✓ полегшити читачеві роботу з книгою (для цього в неї включають пошуковий, довідково-допоміжний апарат книги: зміст, покажчики предметів, імен і т. п., колонтитули);

✓ допомогти читачеві поглиблено й точно зрозуміти твір у цілому й у деталях (цьому служить пояснюючий, науково-допоміжний апарат: вступна стаття, передмова, післямова, коментарі й примітки);

✓ познайомити читача з літературними джерелами цитат і запозичень у тексті твору і з літературою на його тему (для чого додають бібліографічний апарат – бібліографічні посилання або покажчики).

Більш докладно про елементи апарату книги див. у розділі 3.

Види аркушів і сторінок книги

Перший аркуш книги – титульний аркуш. Його призначення – повідомити читачеві головні відомості про книгу (ім'я автора (авторів), заголовок, місце знаходження видавництва, його назву, рік випуску книги та ін.).

Титульний аркуш може бути одинарним (складається із двох сторінок – лицьової й зворотної сторінки) і подвійним (складається із чотирьох сторінок, як правило, перших).

Перша сторінка подвійного титульного аркуша – авантитул. Його залишають чистим або друкують на ньому назву й марку видавництва, його девіз та іншу інформацію.

Друга сторінка – контртитул або фронтиспис.

Контртитул – сторінка навпроти лицьової сторінки титульного аркуша із частиною вихідних відомостей (наприклад, про багатотомне видання в цілому або про титульні дані оригінального видання в перекладній книзі). Контртитул використовують для того, щоб розвантажити основний титульний аркуш, якщо вихідних відомостей на ньому занадто багато, або уникнути занадто швидкого входу до книги, розтягти його, зробити більш значним, поступовим, урочистим.

Контртитул з авантитулом – дві додаткові обов'язкові сторінки. І в кожному творі необхідно вирішувати, наскільки вони виправдані художньою та функціональною логікою.

Фронтиспис – сторінка із зображенням, що утворює розворот з лицьовою сторінкою титульного аркуша. На фронтисписі друкують портрет автора або сюжетний малюнок до всієї книги в цілому. Прикрашаючи книгу, підвищуючи змістовність оформлення, фронтиспис підсилює його виразність і вплив на читача. Тож у всіх випадках, коли видавець хоче досягти такої мети, фронтиспис дуже бажаний.

Контртитул разом із лицьовою стороною титульного аркуша (третя сторінка) утворюють розворотний титульний аркуш.

Друга й третя сторінки титульного аркуша можуть утворити й розкритий титульний аркуш, на якому текст або зображення (або те й інше) розміщені на обох сторінках – починаються на лівій і переходять на праву, закінчуючись на ній (на розворотному титульному аркуші кожна сторінка скомпонована окремо).

Титульний аркуш – головний початковий аркуш книги. Крім нього, у книзі можуть бути початкові аркуші й сторінки нижчого рангу.

Перша, старша із внутрішніх початкових сторінок книги – *шмуцтитул*. Це аркуш, на лицьовій стороні якого розміщені тільки заголовок твору або заголовок частини, іноді вони супроводжуються зображенням, епіграфом, заголовками підпорядкованих розділів, а оборот або чистий, або заповнений текстом твору чи його частини, озаглавленою на шмуцтитул. Шмуцтитул займає звичайно праву сторінку розвороту.

Шмуцтитули потрібні насамперед читачеві, тому що різкіше відокремлюючи частини або твори один від одного, вони полегшують їхній пошук і підкреслюють відносну самостійність кожного. Крім того, художник завдяки шмуцтитулу може зробити оформлення книги більш виразним – розмістити на лицьовій стороні або обороті (або там і там) зображення загального характеру для підрозділу. Якщо зафарбувати шмуцтитули довідкового видання фарбою (здрукувати так званою плашкою – друкарською формою із суцільною друкуючою поверхнею), то на обрізах книги ці аркуші виділятимуться зафарбованою крайкою, прискорюючи пошук розділу або твору.

Економічно невиправдано використовувати шмуцтитули в книзі, де багато творів або частин. Для книги ж з деякими великими розділами або творами при середньому чи малому форматі економічні міркування не настільки суттєві, щоб відмовлятися від шмуцтитулів і зневажати інтереси читачів. Такий же вплив і наклади: чим він більший, тим економічні міркування для відмови від шмуцтитулів стають вагомішими.

Якщо все-таки вирішено випускати книгу зі шмуцтитулами, потрібно неодмінно зважати на те, що це може бути поєднано з деякими труднощами, наприклад, текст передуючих шмуцтитулам розділів або творів може не в усіх випадках закінчуватися на парній сторінці, і, отже, деякі сторінки перед шмуцтитулами можуть виявитися невиправдано порожніми. Цього треба уникати, користуючись методами компенсаційного коректурного виправлення (див. розділ 10) або авторськими доповненнями чи скороченнями.

Наступний крок початкової сторінки – сторінка зі спусковою шпальтою. *Шпальта* (інколи полоса) – це відбиток на сторінці без полів. Текст повної шпальти займає всю її висоту. Текст спускової шпальти менший за висотою, він спущений від верху на певну відстань (найчастіше на одну третину всієї висоти, а іноді – при глибокому спуску – на три чверті).

Спуск, як і шмуцтитул, хоча й меншою мірою, але підкреслює початок нової частини або нового твору й робить структурне членування книги виразнішим, помітнішим.

Близька до спускової *початкова сторінка*, текст якої набраний з відступом уліво, що різко виділяє шпальту серед рядових повноформатних шпальт. Можливі й інші варіанти виділення початкових сторінок. Кожному шмуцтитулу й кожній спусковій шпальті відповідає своя *кінцева шпальта*, за якою розміщується новий шмуцтитул або нова спускова шпальта.

Бажано, щоб кінцеві шпальти перед спусковими були неповними, тобто щоб текст на них закінчувався вище, ніж на повній шпальті. Читач

буде зорово попереджений, що тут закінчується твір або підрозділ, і далі його очікує початок нового.

Така верстка тексту завжди призводить до деяких втрат площі паперу під спускові й кінцеві пробіли (в середньому від половини до півтори сторінки на кожен спуск і кінцевий пробіл). Ці втрати зростають із збільшенням розміру спуску, формату видання й накладу. Однак набір *впідверстку*, тобто підряд, при складній побудові книги (великій кількості підрозділів різної значущості) дуже ускладнює орієнтування в ній читача й у всякому разі робить оформлення книги менш виразним, ускладнюючи сприйняття тексту.

Основною в книзі є *рядова шпальта*. Вона має однакову кількість рядків й однакову довжину рядка, за винятком рядків-оборок (короткий рядок тексту поруч із ілюстрацією або таблицею).

Залежно від матеріалу, що надрукований на шпальті, розрізняються шпальти *текстові, ілюстраційні, змішані* (з текстом та ілюстраціями).

Завершує книгу *кінцева сторінка*. Так називається сторінка наприкінці книги з різного роду вихідними відомостями – *передвиpusкними* й *виpusкними даними* (про авторів й укладачів, видавничих фахівців, відповідальних за підготовку й випуск книги, про кількісні параметри видання й т. п.). Іноді ці дані розверстують на дві сторінки. Тоді обидві вони стають кінцевими. Сторінки з рекламою розглядаються як сторінки, що вже вийшли за межі власне книги й безпосереднім чином її не стосуються.

2.4. ВИДИ КНИГ

Книги поділяються на види за декількома ознаками, від чого кожна виступає як представниця багатьох видів одночасно, і це накладає відбиток своєрідності на її зміст, оформлення, склад книжкових елементів, наклад та інші особливості. Не зважати на це – означає випускати книги, які не зможуть повноцінно служити своїй меті й своєму читачеві. Кожен вид книги, відповідно до діючих стандартів, потребує свого зовнішнього і внутрішнього оформлення, своєї структури, іншими словами – загального стилю представлення. Незнання цієї специфіки призводить до того, що книжки випускаються у світ непрофесійно. Тобто знання переліку видань, особливості книжкового дизайну, специфіки технології виробництва для різних видів видань дозволять підвищити рівень професіоналізму та майстерності видавця.

Книги за соціально-функціональним призначенням

Основне соціальне завдання книги – служити розвитку науки та освіти, сприяти виробництву, задовольняти естетичні потреби, допомагати господарювати, розважати, розвивати аматорство тощо.

За соціально-функціональним призначенням розрізняють книги наукові, науково-популярні, довідкові, навчальні, літературно-художні й т. п. Відповідно до того, наскільки добре твір і книга здатні виконати свою основну функцію, оцінюється їхня якість і відбираються рукописи до видання.

За змістом книги поділяються на філософські, історичні, мистецтвознавчі, математичні, біологічні, універсальні, багатогалузеві й т. ін. Видавцеві ці види слід знати, оскільки на такому розподілі побудовані класифікації книг, індекси яких ГОСТ 7.4-95 «Издание. Выходные сведения» зобов'язує проставляти на звороті титульного аркуша кожної книги, – універсальна десятикова класифікація (УДК) й бібліотечно-бібліографічна класифікація (ББК). Користуючись індексами цих класифікацій, книги систематизують і розставляють у магазинах і бібліотеках, що допомагає читачам їх розшукувати.

За читацькою адресою розрізняються книги для дорослого читача й для дітей. При цьому дорослих читачів прийнято ділити на кілька груп:

1) *масовий читач* – практично всі грамотні люди, від академіка до різноробочого;

2) *широкий читач* – група численна, але обмежена за тими або іншими ознаками: наприклад, читачі із середньою освітою; читачі різної підготовки й освіченості, але які об'єднані любов'ю до теми чи галузі – наприклад, захоплені кіно або театром, цікавляться історією, або політикою; читачі, що розрізняються за віковими інтересами (юнацтво, пенсіонери) або статевою належністю (жінки, чоловіки);

3) *вузький читач* – нечисленна група, що пов'язана з вузькістю теми книги або спеціальності, якій вона присвячена.

Відповідно до цих читацьких груп, книги можуть бути масовими, популярними (тобто адресованими широкому колу читачів) і вузькогруповими (для фахівців).

Діти – читачі поділяються на групи за віком: молодші й старші дошкільники (до 6 років); молодші школярі (6–10 років); школярі середнього віку (11–15 років); школярі старшого віку (16–18 років).

Точна уява про майбутнього читача й відповідна підготовка книг, враховуючи інтереси і можливості читацької групи, визначає успіх книги й допомагає без грубих прорахунків точніше встановити наклад.

Книги за складом творів

За складом творів книги, що публікуються, поділяються на *моновидання* (з одним твором) і *полівидання* (з декількома або багатьма творами – збірники, зібрання творів).

Зрозуміло, що структура тексту полівидання більш складна: якщо в моновиданнях текст розділяється тільки на підрозділи одного твору, то в полівиданнях – на твори, їхні групи й підрозділи всередині твору.

Розрізняються *збірники авторські* (твори в них належать одному авторові або одній групі співавторів) і *колективні* (складені з творів різних авторів і груп співавторів). Авторські збірники можуть бути сформовані самим автором або іншою особою – укладачем, колективні – тільки укладачем. Як авторські, так і колективні збірники можуть бути *тематичними* (з творами на одну тему), *жанровими* (збірники байок, мемуарів, лірики й т. ін.), *різнорідними* (з творами на різні теми, різних жанрів, пов'язаними лише тим, що належать, наприклад, письменникам однієї групи чи напрямку).

Зібрання творів відрізняються від збірників тим, що представляють з тією або іншою повнотою творчість автора або колективу співавторів за весь період творчості або за якийсь етап літературної, наукової, культурної діяльності автора.

Різниці в складі творів не можуть не впливати на вибір книжкових елементів для видання й на всю його підготовку. Чим складніший склад, тим ретельнішою й продуманішою має бути підготовка, повнішим апарат видання.

Книжкові видання за знаковою природою інформації

Книжкові видання, розрізняються також за знаковою природою інформації. Вони можуть бути переважно текстовими (основний зміст є текстом), образо-творчими (основний зміст виражений зображеннями), картографічними (основний зміст виражений картографічними зображеннями), нотними (основний зміст переданий нотним записом).

Текстові книжкові видання представлені книгами й брошурами; образотворчі – альбомами й негеографічними атласами; картографічні – географічними й астрономічними атласами; нотні – партитурами, клавірами, школами гри на різних інструментах тощо.

Книги за новизною змісту, мовою, за зміною авторського тексту

За новизною видання твору книги поділяються на перші видання (твір у вигляді книги публікується вперше) і повторні видання (твір уже друкувався раніше у вигляді книги).

Не є повторним виданням так зване додруковування – додатковий наклад книги, надрукований у межах установленого видавничим договором строку випуску книги без переробки та змін у тому самому оформленні.

Як синонім до терміну «повторне видання» застосовується термін «перевидання», хоча слід було б розрізняти ці два терміни: перевиданням вважається не кожне повторне видання, а тільки таке, яке випущене тим самим видавництвом; якщо ж книга раніше цим видавництвом не випускалася, то таке повторне видання має називатися новим виданням.

За мовою розрізняються книги оригінальні (видані тією ж мовою, на якому твір написаний) і перекладені (видані в перекладі з мови оригінальної книги на будь-яку іншу мову). Серед перекладних необхідно виділити авторизовані (їх текст переглянуто і схвалено автором оригінального твору).

За змінами в авторському тексті виділяються книги-переробки, книги-виклади, адаптовані книги, інсценівки, скорочені видання. У них твір пристосований або до рівня підготовки читача, або з будь-якою спеціальною метою: навчання, постановка в театрі тощо. Хоча всі ці видання припустимі у видавничій практиці, потрібна особлива обережність і дбайливість, щоб зміни не завдали шкоди твору-основі.

Ще розрізняють види книг за обсягом, складом друкованих одиниць, способом поліграфічного виконання, форматом, накладом, художнім оформленням.

За обсягом видання можуть бути книгами (неперіодичні текстові книжкові видання обсягом понад 48 с.) і брошурами (такого ж виду видання обсягом понад 4 с. до 48 с.).

За складом друкованих одиниць, що утворюють неперіодичне видання, книги можуть бути одно-, дво- і багатотомними. Книга (моно- або полівидання) випускається в декількох томах насамперед тому, що обсяг одного тому обмежений виробничими можливостями (від 400 до 800 с. залежно від способу скріплення блока й товщини паперу) і небажанням видавця випускати книгу, незручну в обігу через надмірну товщину або великий формат. Тому найчастіше багатотомними бувають зібрання творів та інші полівидання, що включають твори з великим сумарним обсягом.

Відповідно, чим менший формат і ємність друкованої площі книги, тим імовірніший її випуск не в одному, а в декількох томах.

За способом поліграфічного виконання розрізняються книги складальні й безнабірні (репродуковані). Останні поділяються на репринтні (з фотовідтворенням шпальт репринтного видання для виготовлення друкарських форм) і факсимільні (з найбільшим ступенем наближення, що повторюють усі особливості історично цінної книги – в них не тільки фотографічно відтворюють текст, але й друкують їх на тому ж або наближеному до нього папері, випускають у тому ж форматі, вдягають у таку ж палітурку або обкладинку).

В останні роки репринтні книги отримали велике поширення завдяки тому, що видавнича підготовка їх дуже спрощена, а витрати на випуск менші: немає набору, не потрібна редакційна підготовка, може бути повторено зовнішнє оформлення. Але бездумні репринти завдають шкоди: при великих накладках репринтних дореволюційних видань руйнується орфографічно навчальна роль книги, дублюються різного роду помилки, які в складальній книзі могли б бути виправлені, нерідко витрачається набагато більше паперу через неощадливий набір у книзі-оригіналі, страждає якість друку тексту.

Репринтом доцільно випускати тільки ті книги, які набирати заново вкрай складно (наприклад: «Глумачний словник живої великоросійської мови» В. Даля чи «Словарь української мови» Б. Грінченка); книги, які дорогі читачеві саме в тому вигляді, у якому вони випускалися колись (наприклад, твори Т. Шевченка, М. Гоголя, перші віршовані збірники А. Ахматової, М. Цветаєвої, особливо з авторськими ілюстраціями тощо), нарешті, порівняно недавно надруковані книги, що перевидаються, якщо не задоволено попит на них, коли набір або фотоформи не збереглися. Але й у цих випадках, крім останнього, культурний видавець не може не супроводжувати репринтні видання новим апаратом, де розкривається все, що необхідно знати сучасному читачеві, і завдяки якому полегшується й спрощується користування книгою.

Не в усіх випадках наклад книги виготовляється одночасно в одній друкарні або складається тільки з повністю ідентичних, однакових примірників. Так, наклад книги може поділятися на частини, що випускають із розривом у часі через технічні обмеження (накладостійкість форм, запас паперу й т. п.) або одночасно, але на різних підприємствах. Частина накладу може бути виготовлена в палітурці, а інша – в обкладинці, частина – в палітурці одного типу, частина – іншого, частина – із вкладкою авторського відбитка гравюри, а частина – без неї. Примірники книги в частині накладу або в усьому накладі можуть бути нумерованими (із проставленим на звороті титульного аркуша номером, що особливо привабливо для бібліофілів).

За форматом (шириною й висотою) книги умовно поділяють на такі групи:

- 1) книги великого формату (205 × 260 мм і більше);
- 2) книги середнього формату (від 120 × 165 до 170 × 240 мм);
- 3) малоформатні (від 107 × 177 до 100 × 140 мм);
- 4) мініатюрні (100 × 100 мм, у деяких країнах 76 × 76 мм або ще менше);
- 5) мікрокниги (не більше 10 × 10 мм).

За художнім оформленням і поліграфічним виконанням виділяють високомистецькі книги. Для них характерні індивідуальний макет,

високоякісний папір, особливі деталі (стрічечка-закладка або т. зв. ляссе, футляр, суперобкладинка), застосування різних, у тому числі й рідкісних способів друку, іноді спеціально виготовлений шрифт і т. п. До високомистецьких відносяться, звичайно, бібліофільські книги – цінні для збирачів або знавців книги своїми художніми особливостями.

Спеціальній меті можуть служити книги подарункові, ювілейні, експериментальні, меморіальні, експортні, пробні. Їх мета визначена їхньою назвою й не вимагає будь-яких коментарів.

Ще розрізняють книги, що пов'язані між собою. З іншими книгами пов'язані книги серійні, книги-додатки й книги-доповнення.

Книги, що входять до складу відкритої серії, яка не розрахована на певну кількість випусків, не дуже пов'язані з іншими книгами тієї ж серії. Цей зв'язок більш сильний, якщо серія закрита, тобто розрахована на певну кількість випусків, що в сукупності розкривають певну тему або завдання всієї серії.

Зв'язок серійної книги з іншими книгами серії не може не відбиватися на змісті й оформленні кожної з них. Адже в сукупності вони мають складати щось ціле, а отже, підкорятися в тій чи іншій мірі загальним принципам. Основу таких принципів видавцеві бажано виробити, перш ніж він приступить до випуску серії, тому що змінювати їх під час випуску – це позбавляти серію цілісності й викликати невдоволення її шанувальників.

Ще тіснішим має бути взаємозв'язок між книгою-основою й книгою-додатком (книгою-доповненням), що не може не позначатися на їхньому змісті й оформленні.

Поєднує книги однієї серії загальний заголовок й однотипність оформлення. У книзі, що є додатком або доповненням до іншої, зв'язок має бути позначеним на титульному аркуші в підзаголовних даних текстом типу: *Додаток до книги [і далі необхідно дати стислий бібліографічний опис цієї книги]*. А в основній книзі відомості про книгу-додаток (доповнення) розміщують у передвипускних даних: *Окремий додаток до книги [і далі необхідно дати стислий бібліографічний опис додатка]*.

Книги за способом фінансування, матеріального забезпечення й поширення

За способом фінансування й матеріального забезпечення книжки підрозділяються на власні (фінансуються, забезпечуються матеріалами й розповсюджуються за рахунок самого видавництва), замовлені (оплачує видавничі витрати на книгу, постачає матеріали й розповсюджує наклад організація-замовник), видані за рахунок автора (останній сплачує всі

видавничі витрати й сам забезпечує розповсюдження накладу), видані за рахунок організації-спонсора (ця організація сплачує всі витрати, або їх частину). Книги, фінансовані автором або організацією, можуть видаватися з найрізноманітнішими варіантами відносин, установлюваних договором.

Серед власних видань виділяються спільні – їх випускають спільними зусиллями два або більше видавництв, кооперація яких може бути найрізноманітнішою (вони можуть поєднувати фінансові кошти, розподіляти витрати відповідно до внеску кожного, або функції: одне працює з авторами, інше готує оригінал-макет, третє займається розповсюдженням і маркетингом і т. п.).

Зрідка виходять авторські видання. Це книги, видавцем яких є сам автор. Він фінансує всі витрати щодо видання, а потім віддає наклад книги книгопродавцеві.

За способом розповсюдження книги поділяються на продані в роздріб, передплатні, такі що розсилають поштою післяплатою або за оплаченим замовленням, безкоштовні. До останніх можуть входити так звані відомчі видання, що розсилаються підлеглим вищою організацією.

2.5. ОСОБЛИВІ ПРИМІРНИКИ В НАКЛАДІ КНИГИ

У накладі будь-якого видання виділяється певна кількість примірників зі специфічною додатковою метою.

Це насамперед так звані обов'язкові примірники, охарактеризовані в розділі 1, а також сигнальні, контрольні й архівні примірники.

Сигнальними називаються декілька перших примірників книги з її накладу, виготовлені друкарнею для затвердження книги видавництвом на випуск у світ. Якщо друкарня точно, без помилок реалізувала задум (проект) видання і якість поліграфічного виконання не викликає у видавництва претензій, відповідає договірним умовам, видавництво підписує сигнальний примірник на випуск у світ. Для друкарні це означає, що вона може приступити до виготовлення накладу відповідно до затвердженого зразка.

Видавництво може підписати книгу на випуск у світ із застереженнями, що передбачають деякі корективи (наприклад, заміну фольги для тиснення або кольорів матеріалу для палітурки і т. ін.), не вимагаючи нового подання сигнальних примірників, або в разі незадоволення будь-якими деталями поліграфічного виконання повернути сигнальний примірник незатвердженим із письмовою вказівкою на те, що необхідно зробити друкарні, щоб сигнальний примірник був затверджений.

Контрольні примірники складають невелику частину накладу (від одного до декількох десятків), яку видавництво бере до себе для

внутрішніх цілей: організації реклами й пропаганди книги, рецензування в пресі, подання в книготорговельні організації та підприємства і т. ін.

З контрольних примірників виділяють два-три так звані архівних, тобто призначених для довічного зберігання, і бібліотечних, що використовуються для довідок, інформаційно-бібліографічної роботи.

Крім того, до контрольних входять авторські примірники – безкоштовні примірники, які видаються авторові (їхня кількість визначається у видавничому договорі з автором за згодою сторін).

2.6. ОСНОВНІ КІЛЬКІСНІ ПАРАМЕТРИ КНИЖОК

Формати книжок

Розмір книги за шириною й висотою, який називається її форматом, визначений форматом паперового аркуша, на якому друкується книга.

Формати паперу для друкування регламентуються ГОСТ 1342-94 «Бумага для печати. Размеры». Паперове полотно розрізають на повздовжньо-різальних станках на стрічки й намотують на картонні втулки в рулон. Так отримують рулонний папір. Для друкування використовують папір шириною рулону 60, 70, 75, 84, 90, 100, 108, 120, 126, 140 і 168 см та папір спеціальної ширини – 36, 42, 46, 51, 52, 64, 82, 105, 150 і 180 см. Щоб отримати аркушевий папір рулони розрізають на такі стандартні формати, см:

60 × 84 60 × 90 70 × 90 75 × 90 70 × 100 70 × 108 84 × 108 і т. д.

Формат аркушевого паперу – це розміри сторін аркуша в см, де перша цифра показує ширину аркуша, а друга – його довжину.

Згідно з рішенням міжнародної організації стандартів (ISO) для всіх країн світу встановлено три групи форматів:

А – для друкарського паперу;

В – для афіш і карт;

С – для конвертів і папок.

В основі кожної групи лежить формат або А0, або В0, або С0. Їхні основні розміри, мм:

841 × 1189(А0) 1000 × 1414(В0) 917 × 1297(С0)

Формати серії А, мм:

А0 841 × 1189	А3 297 × 420	А6 105 × 148	А9 37 × 52	А12 13 × 18
А1 594 × 841	А4 210 × 297	А7 74 × 105	А10 26 × 37	А13 9 × 13
А2 420 × 594	А5 148 × 210	А8 52 × 74	А11 18 × 26	

Формат серії В, мм:

B0 1000×1414	B3 353×500	B6 125×176	B9 44×62
B1 707×1000	B4 50×353	B7 88×125	B10 31×44
B2 500×707	B5 176×250	B8 62×88	B11 22×31

Формати серії С, мм:

C0 917×1297	C3 324×458	C6 114×162
C1 648×917	C4 229×324	C7 81×114
C2 458×648	C5 176×250	C8 57×81

Формат книги походить від формату паперового аркуша та його частки, що вийшла при згинанні (фальцюванні) аркуша в кілька разів після друкування. Якщо аркуш зігнути тричі (як правило, щоразу перпендикулярно попередньому згину), то частка аркуша буде 1/8, чотири рази – 1/16, п'ять – 1/32. Відповідно, в першому випадку з аркуша утворюється 16 сторінок (по 8 на кожній стороні), у другому – 32 (по 16 на кожній стороні) і в третьому – 64 (по 32 на кожній стороні).

Стандартні формати книг за ГОСТ 5773-90 «Издания книжные и журнальные. Форматы» (табл. 2.1) позначають умовно розміром аркуша друкованого паперу в сантиметрах і часток аркуша (наприклад, 84×108/32). Формат книги в міліметрах (дві останні графи табл. 2.1) указує на її ширину (перша цифра) і висоту після обрізки із трьох боків книги в обкладинці або книжковому блоці (для книг у палітурці).

Таблиця 2.1

Стандартні формати книг

Розмір аркуша, мм	Частка аркуша	Умове позначення формату книги, см/частка	Розміри книги в обкладинці або книжковому блоці після обрізки із трьох боків, мм	
			максимальні (кращі)	мінімальні (припустимі)
600M*×900	1/8	60×90/8	220×290	205×277
840×1080M	1/16	84×108/16	205×260	192×255
700×1000M	1/32	70×100/16	170×240	158×230
700×900M	1/32	70×90/16	170×215	155×210
600×900M		60×90/16	145×215	132×205
600×840M		60×84/16	145×200	130×195
840M×1080		84×108/32	130×200	123×192
700M×1000		70×100/32	120×165	112×158
750M×900		75×90/32	107×177	100×170
700M×900		70×90/32	107×165	100×155
600M×840		60×84/32	100×140	95×130

* Буква М указує розмір аркуша паперу, який збігається з машинним напрямом.

Друкуючи на офсетних рулонних машинах, можна відхилитися від мінімального формату видання залежно від довжини розрізу паперового полотна.

Формати в табл. 2.1 не стосуються альбомів, атласів, книжок-іграшок, буклетів, факсимільних, бібліофільських, мініатюрних, експериментальних, унікальних, нотних видань, календарів, видань, що друкують на закордонній поліграфічній базі.

Граничні відхилення форматів видань від установленого для даного накладу не мають бути більшими 1 мм за шириною й висотою книги (блока). Поради про вибір формату див. у розділі 7.

Показники обсягу

Будь-якому видавцеві потрібно знати:

1) скільки паперу піде на книгу (обсяг книги в паперових аркушах, щоб потім по ньому й накладу встановити загальну масу паперу на наклад);

2) яким буде обсяг книги в друкованих аркушах (без цього не можна встановити обсяг у паперових аркушах);

3) який обсяг створеного автором матеріалу (обсяг книги в авторських аркушах. Від нього залежить розмір авторської винагороди, якщо вона встановлена з розрахунку певної суми за один авторський аркуш. Цей обсяг – один із договірних показників, встановлених для автора видавництвом);

4) чому дорівнює обсяг усього друкованого матеріалу книги – і авторський і неавторський (обсяг книги в обліково-видавничих аркушах – його потрібно проставляти у випускних даних кожної книги, як це встановлено ГОСТ 7.4–95; без нього не визначити, яка місткість одного друкованого аркуша, його ємність);

5) який друкарський обсяг або обліково-видавничий обсяг усього накладу.

Друкований і паперовий аркуші. Друкований аркуш фізично – це площа поверхні однієї сторони паперового аркуша, що сприймає фарбу із друкарської форми (друкуючої поверхні) того ж розміру, або, інакше, – це половина паперового аркуша стандартного розміру (формату).

Такий друкований аркуш і називається фізичним друкованим аркушем. У книжок різного формату фізичний друкований аркуш, звичайно, різний. На кожному паперовому аркуші книги отримують два відбитки: один – на лицьовій стороні, інший – на зворотній. Таким чином, знаючи, скільки фізичних друкованих аркушів буде в книзі (друкарський обсяг), можна, розділивши це число на два, отримати обсяг книги в паперових аркушах.

На практиці, замовляючи папір, часом помиляються, виходячи з розрахунків обсягу книги у друкованих аркушах, у той час як необхідно розрахувати обсяг у паперових аркушах, що вдвічі менший.

Те, що книги часто друкуються на рулонному папері, справи не міняє, тому що після друку паперова стрічка рубається на аркуші стандартного формату, і підрахунок у паперових аркушах можливий і в цих випадках.

Допустимо, на друкованому аркуші розміщується 16 шпальт. Поділивши загальну кількість шпальт у виданні на їх кількість в одному друкованому аркуші, ми отримаємо обсяг книги у фізичних друкованих аркушах.

Приклад. Підрахувати обсяг книги у фізичних друкованих і паперових аркушах. У книзі 160 шпальт. На кожному друкованому аркуші 16 шпальт.

Обсяг книги у фізичних друкованих аркушах складе:

$$160 : 16 = 10.$$

Тобто паперових аркушів на один примірник книги знадобиться:

$$10 : 2 = 5.$$

Знаючи масу 1 м² паперу й наклад, легко підрахувати, скільки тонн паперу буде потрібно для того, щоб надрукувати книгу (див. про це в розділі 11).

Умовний друкований аркуш. Книги друкують на папері різного формату, і для того, щоб мати можливість порівняти друкований обсяг різноформатних книг, було введено загальний вимірювач – друкований аркуш формату 60 × 90 см. Це і є умовний друкований аркуш. До нього приводяться друковані аркуші інших форматів. Звідси інша його назва – приведений друкований аркуш.

Приклад. Перевести фізичні друковані аркуші в умовні. Книга обсягом 10 фізичних друкованих аркушів друкується на папері формату 84 × 108. Щоб довідатися, чому дорівнює обсяг цієї книги в умовних друкованих аркушах, потрібно площу фізичного друкованого аркуша розділити на площу умовного, тобто встановити, скільки умовних друкованих аркушів розміщується на аркуші такої площі. У цьому прикладі:

$$(84 \times 108) : (60 \times 90) = 9072 : 5400 = 1,68.$$

В одному фізичному друкованому аркуші формату 84 × 108 уміщується 1,68 умовного друкованого аркуша, а в 10 фізичних друкованих аркушах – у 10 разів більше, тобто 16,8 умовного друкованого аркуша.

Отже, для переведення фізичних друкованих аркушів в умовні необхідно обсяг книги у фізичних друкованих аркушах помножити на число, що показує, скільки умовних друкованих аркушів уміщується в даному фізичному аркуші. Таке число, різне для різних форматів, називається перевідним коефіцієнтом.

Знаючи коефіцієнти переведення фізичних друкованих аркушів усіх стандартних форматів, легко підрахувати обсяг будь-якої книги в умовних друкованих аркушах, помноживши її обсяг у фізичних друкованих аркушах на перевідний коефіцієнт (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Коефіцієнти переведення фізичних друкованих аркушів

Формат аркуша паперу, см	Коефіцієнт переведення	Формат аркуша паперу, см	Коефіцієнт переведення
60 × 70	0,78	70 × 100	1,30
60 × 84	0,93	70 × 108	1,40
60 × 100	1,11	75 × 90	1,25
60 × 108	1,20	80 × 100	1,48
61 × 86	0,97	84 × 90	1,40
70 × 75	0,97	84 × 100	1,56
70 × 84	1,09	84 × 108	1,68
70 × 90	1,17	90 × 100	1,67

Знаючи обсяг книг, що випускаються, в умовних друкованих аркушах, видавець може обчислити загальний друкарський і загальний паперовий обсяги річного випуску, незважаючи на різні формати книг.

Авторський аркуш – це одиниця підрахунку обсягу матеріалу (тексту, таблиць, ілюстрацій), поданого автором. Вона дорівнює:

40 000 знаків прозового тексту (вважається за знак кожен пробіл між словами, кожен розділовий знак, цифра й т. ін., неповні рядки — за повні);

700 віршованих рядків;

3000 см² площі зображення ілюстративного або іншого образотворчого матеріалу на шпальтах книги.

Обсяг книги в авторських аркушах підраховують, керуючись відповідними нормативними матеріалами з обчислення літературного твору в авторських аркушах.

У великих видавництвах це зазвичай робить працівник виробничого відділу по видрукуваній книзі або аркушах, підписаних до друку, для остаточних розрахунків з авторами, якщо винагорода обчислюється за обсягом в авторських аркушах. Але видавцеві, приймаючи від автора рукопис (авторський оригінал) або складаючи договір, потрібно вміти приблизно обрахувати обсяг книги в авторських аркушах, щоб виключити прийом оригіналу в надмірно завищеному обсязі, приблизно обрахувати також витрати на папір, набір, виготовлення оригіналів

ілюстрацій (часто вони оплачуються за площею зображень на оригіналі) і т. ін.

Обсяг в авторських аркушах, підрахований за оригіналом, може суттєво відрізнятись від того ж обсягу, підрахованого за коректурними аркушами, підписаними до друку, або за книгою, що вийшла. Впливає на обсяг насамперед формат набору. Якщо він вузький, то при невеликих абзацах багатосторінкового тексту після набору обсяг може різко зрости: там, де в оригіналі один або два рядки, у наборі виходить два або чотири через виставляння декількох знаків у кінцевий рядок, а оскільки неповні рядки вважаються за повні, то для того ж самого тексту його обсяг у наборі зросте.

Існує кілька способів підрахунку обсягу прозового тексту в авторських аркушах при машинописній формі оригіналу. Найпростіший, дуже приблизний: загальну кількість сторінок машинописного оригіналу ділять на 23, тобто на середню кількість сторінок в авторському аркуші при стандартно надрукованому оригіналі (30 рядків по 60 знаків у рядку).

Більш точний: підраховують середню кількість рядків на сторінці (вибирають 10 сторінок з різних місць оригіналу й загальну кількість рядків у них ділять на 10), потім середню кількість знаків у рядку (для цього суму знаків в 10 рядках різної довжини ділять на 10) і, перемноживши отримані числа, визначають кількість знаків на сторінці й результат ділять на 40 000, устанавлюючи обсяг сторінки в авторських аркушах. Помноживши це число на кількість сторінок, можна розрахувати обсяг оригіналу в авторських аркушах.

Якщо частини оригіналу надруковані по-різному (з різною кількістю рядків і знаків у рядку в кожній частині), то для точності краще обсяг кожної такої частини підраховувати окремо.

Інший варіант цього способу: визначивши кількість знаків на сторінці оригіналу, ділять 40 000 на це число й тим устанавлюють, скільки сторінок оригіналу складають авторський аркуш, а потім загальну кількість сторінок в оригіналі ділять на це число.

Наприклад: $40\,000 : 1\,800 = 22,2$.

При обсязі оригіналу 222 с. обсяг його в авторських аркушах складе:

$$222 : 22,2 = 10.$$

Прискорює підрахунок обсягу оригіналу в авторських аркушах останнім способом таблиця складена Д. Баженовим, вона наводить кількість сторінок в авторському аркуші по-різному надрукованого оригіналу (з різною кількістю рядків на сторінці й числом знаків у рядку – табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Таблиця Баженова

Кількість рядків на сторінці	Кількість знаків у рядку						
	55	56	57	58	59	60	61
25	29,1	28,6	28,1	27,6	27,1	26,7	26,2
26	28,0	27,5	27,0	26,5	26,1	25,6	25,2
27	26,9	26,5	26,0	25,5	25,1	24,7	24,3
28	26,0	25,5	25,1	24,6	24,2	23,8	23,4
29	25,1	24,6	24,2	23,8	23,4	23,0	22,6
30	24,2	23,8	23,4	23,0	22,6	22,2	21,8
31	23,5	23,0	22,6	22,2	21,9	21,5	21,2
32	22,7	22,3	21,9	21,6	21,2	20,8	20,5
33	22,0	21,6	21,3	20,9	20,5	20,2	19,9
34	21,4	21,0	20,6	20,3	19,9	19,6	19,3
35	20,8	20,4	20,1	19,7	19,4	19,0	18,7
36	20,2	19,8	19,5	19,2	18,8	18,5	18,2
37	19,7	19,3	19,0	18,6	18,3	18,0	17,7
38	19,1	18,8	18,5	18,1	17,8	17,5	17,2
Кількість рядків на сторінці	Кількість знаків у рядку						
	62	63	64	65	66	67	68
25	25,8	25,4	25,0	24,6	24,2	23,9	23,5
26	24,8	24,4	24,0	23,7	23,3	23,0	22,6
27	23,8	23,5	23,1	22,8	22,4	22,1	21,8
28	23,0	22,7	22,3	22,0	21,6	21,3	21,0
29	22,2	21,9	21,5	21,2	20,9	20,6	20,3
30	21,5	21,2	20,8	20,5	20,2	19,9	19,6
31	20,8	20,5	20,2	19,8	19,6	19,3	19,0
32	20,2	19,8	19,5	19,2	18,9	18,7	18,4
33	19,6	19,2	18,9	18,6	18,4	18,1	17,8
34	19,0	18,7	18,4	18,1	17,8	17,6	17,3
35	18,4	18,1	17,9	17,6	17,3	17,1	16,8
36	17,9	17,6	17,4	17,1	16,8	16,6	16,3
37	17,4	17,2	16,9	16,6	16,4	16,1	15,9
38	17,0	16,7	16,4	16,2	15,9	15,7	15,5

Користуючись цією таблицею, легко довідатися, скільки сторінок складає авторський аркуш у певному оригіналі: на перетинанні рядка із кількістю рядків на сторінці (ліва колонка) і графі з кількістю знаків у рядку стоїть число, яке нас цікавить. Наприклад, при 30 рядках

на сторінці й 62 знаках у рядку це число – 21,5 (див. другу частину таблиці).

Автори, які подають у видавництво оригінал, підготовлений за допомогою персонального комп'ютера, нерідко дивуються: навіщо вести підрахунок прозового тексту в авторських аркушах, коли комп'ютер автоматично підраховує обсяг оригіналу в знаках (приймаючи за них і кожен пробіл між словами).

Причин декілька. По-перше, за інструкцією неповні рядки приймаються за повні, а комп'ютер враховує тільки реальну кількість знаків у кожному неповному рядку, через що обсяг в авторських аркушах виявляється меншим від того, який підрахований за інструкцією, що досі не скасована. По-друге, іноді автори не користуються при підготовці оригіналу комп'ютерами. По-третє, не всі видавництва мають у своєму розпорядженні такі видавничі системи, щоб автоматизувати підрахунок обсягу під час самого набору. Тож лише при повній комп'ютеризації підготовки оригіналу авторами й набору у видавництвах і на поліграфі підприємствах можна буде відмовитися від рутинних способів підрахунку обсягу.

Під час підрахунку обсягу поетичного тексту за віршований рядок приймають кожен окремий рядок цього тексту, у тому числі й слово або частину слова, якщо вони виділені в окремий рядок як поетичний прийом, а також заголовок поетичного твору, скільки б рядків він не займав фактично.

У підрахунку обсягу образотворчого матеріалу (ілюстрації, прикраси) – свої особливості. Насамперед підрахунок ускладнюється тим, що площа зображення в авторських оригіналах ілюстрацій, як правило, більша тієї, яку вони займають у надрукованій книзі, а підраховувати їхній обсяг потрібно буде не за оригіналами, а за площею зображення в книзі. Тому заздалегідь треба знати, яким буде масштаб зменшення. Зробити це можна, розділивши ілюстрації на три групи за їх відношенням до площі шпальти: шпальтові, напівшпальтові, чвертьшпальтові. Потім кожні чотири чвертьшпальтові й кожні дві напівшпальтові прийняти за шпальтові. Знаючи кількість шпальт під ілюстрації й площу шпальти, можна, перемноживши ці числа, легко визначити, яку площу (у см²) займуть ілюстрації. Розділивши отримане число на 3000 см², можна довідатися, скільки авторських аркушів в образотворчих авторських оригіналах.

Щоб спростити підрахунки обсягів образотворчих оригіналів в авторські (обліково-видавничі) аркуші, залежно від їхньої кількості, формату видання (см) і шпальти набору (квадрати), рекомендуємо скористатися наведеною нижче таблицею для найпоширеніших форматів книг і шпальт.

Таблиця 2.4

Підрахунок обсягів образотворчих оригіналів

Кількість оригіналів	60 × 90/16			84 × 108/32			84 × 108/16		
	6 1/2 × 10	6 1/2 × 10 1/4	6 1/4 × 10 1/2	5 1/2 × 9 1/4	5 3/4 × 9 1/2	6 × 9 3/4	9 1/4 × 12 1/4	9 1/2 × 12 1/2	9 3/4 × 12 3/4
1	0,07	0,07	0,08	0,005	0,06	0,06	0,12	0,13	0,13
2	0,14	0,14	0,16	0,11	0,12	0,12	0,25	0,26	0,27
3	0,20	0,22	0,23	0,16	0,18	0,19	0,37	0,39	0,40
4	0,27	0,29	0,31	0,22	0,24	0,25	0,49	0,52	0,54
5	0,34	0,36	0,39	0,27	0,30	0,31	0,61	0,64	0,67
6	0,41	0,44	0,47	0,33	0,36	0,38	0,74	0,77	0,81
7	0,47	0,51	0,54	0,39	0,42	0,44	0,86	0,90	0,94
8	0,54	0,58	0,62	0,44	0,48	0,50	0,98	1,03	1,08
9	0,61	0,65	0,70	0,50	0,54	0,56	1,11	1,16	1,21
10	0,68	0,73	0,78	0,55	0,60	0,63	1,23	1,29	1,35
11	0,75	0,80	0,86	0,61	0,66	0,69	1,35	1,42	1,48
12	0,81	0,87	0,93	0,66	0,71	0,75	1,48	1,55	1,62
13	0,88	0,94	0,01	0,72	0,77	0,81	1,60	1,68	1,75
14	0,95	1,02	0,09	0,77	0,83	0,88	1,72	1,81	1,89
15	1,02	1,09	0,17	0,83	0,89	0,94	1,84	1,93	2,02
16	1,08	1,16	0,25	0,88	0,95	1,01	1,97	2,06	2,16
17	1,15	1,24	0,32	0,94	1,01	1,07	2,09	2,19	2,29
18	1,22	1,31	0,40	0,99	1,07	1,13	2,21	2,32	2,43
19	1,29	1,38	0,48	1,05	1,13	1,19	2,34	2,45	2,56
20	1,36	1,45	1,56	1,10	1,19	1,25	2,46	2,58	2,70
				7 1/2 ×				70 × 90/ 32 1/2 ×	

Кількість оригіналів	70 × 108/32			70 × 100/16			70 × 90/32		
	5 1/2 × 7 1/4	5 3/4 × 7 1/2	6 × 8	11 1/2	7 3/4 × 11 1/2	7 3/4 × 11 3/4	4 1/4 × 7 1/4	7 1/2	4 3/4 × 7 3/4
1	0,04	0,05	0,05	0,09	0,10	0,10	0,03	0,04	0,04
2	0,09	0,09	0,10	0,19	0,19	0,20	0,07	0,07	0,08
3	0,13	0,14	0,15	0,28	0,29	0,30	0,10	0,11	0,12
4	0,17	0,19	0,21	0,37	0,39	0,40	0,13	0,15	0,16
5	0,22	0,23	0,26	0,47	0,48	0,49	0,17	0,19	0,20
6	0,26	0,28	0,31	0,56	0,58	0,59	0,20	0,22	0,24
7	0,30	0,33	0,36	0,66	0,68	0,69	0,24	0,26	0,28

Закінчення табл. 2.4

Кількість оригі- налів	70×108/32			70×100/16			70×90/32		
	6 1/2 × 10	6 1/2 × 10 1/4	6 1/4 × 10 1/2	5 1/2 × 9 1/4	5 3/4 × 9 1/2	6 × 9 3/4	9 1/4 × 12 1/4	9 1/2 × 2 1/2	9 3/4 × 12
8	0,35	0,37	0,41	0,75	0,78	0,79	0,27	0,30	0,32
9	0,39	0,42	0,47	0,84	0,87	0,89	0,30	0,33	0,36
10	0,43	0,47	0,52	0,94	0,97	0,99	0,34	0,37	0,40
11	0,48	0,51	0,57	1,03	1,07	1,09	0,37	0,41	0,44
12	0,52	0,56	0,62	1,12	1,16	1,19	0,40	0,45	0,48
13	0,57	0,61	0,67	1,22	1,26	1,29	0,44	0,48	0,51
14	0,61	0,66	0,73	1,31	1,36	1,38	0,47	0,52	0,55
15	0,65	0,70	0,78	1,40	1,45	1,48	0,50	0,56	0,59
16	0,70	0,75	0,83	1,50	1,55	1,58	0,54	0,59	0,63
17	0,74	0,80	0,88	1,59	1,65	1,68	0,57	0,63	0,67
18	0,78	0,84	0,93	1,68	1,75	1,78	0,60	0,67	0,71
19	0,83	0,89	0,98	1,78	1,84	1,88	0,64	0,70	0,75
20	0,87	0,94	1,04	1,87	1,94	1,98	0,67	0,74	0,79

Якщо кількість оригіналів перевищує 20, але не більше 40, то це число ділять на дві групи (наприклад, 37 – на 20 і 17), потім проти двох цих чисел у лівій колонці таблиці знаходять відповідні значення в підходящій графі й складають їх. При кількості ілюстрацій більше 40 (до 60) це число ділять на три групи ($55 = 20 + 20 + 15$) і т. д. Простіше обсяг ізооригіналів у авторських аркушах можна підрахувати, розділивши загальну їхню кількість на середню в авторському аркуші (від 25 до 40 залежно від того, великі вони чи дрібні за площею відтворення у виданні).

Обліково-видавничий аркуш. Це одиниці обсягу всього матеріалу книги, крім рекламних текстів. За кількісним значенням обліково-видавничий аркуш нічим не відрізняється від авторського й так само підраховується. Тільки він включає додаткові об'єкти підрахунку, тобто все те, що не створене автором, а внесене до книги видавництвом (апарат книги): видавничу анотацію, колонцифри (номери сторінок), зміст, вихідні відомості на титульному аркуші, авантитулі, контртітулі, кінцевій сторінці; лінійки, що відокремлюють підрядкові примітки від основного тексту і їм подібні, дату написання під твором, слова, винесені під час набору вірша в окремий рядок через вузький формат набору, рядки типу «Продовження табл.», «Закінчення табл.».

Відповідно до вимог ГОСТ 7.4-95 обсяг в обліково-видавничих аркушах проставляється у випускних даних видання.

Наклад

Наклад – це кількість примірників книги, виготовлених поліграфічним підприємством на замовлення видавництва.

Аркушат – кількість аркушів (друкованих або обліково-видавничих) у всьому накладі. Друкований аркушат – кількість друкованих аркушів у накладі (у всіх примірниках книги).

Одиниця друкованого аркушату – друкований аркуш-відбиток. Ним вимірюється обсяг друку в накладі книги. Якщо друкований аркуш – одиниця об'єму друку одного примірника, то друкований аркуш-відбиток – одиниця друкованого обсягу всього накладу – всіх примірників книги. Він тому й називається аркушем-відбитком, що означає, скільки разів відтискувався (друкувався) кожен аркуш.

Щоб підрахувати друкований аркушат (скільки всього друкованих аркушів-відбитків у накладі), необхідно обсяг книги в друкованих аркушах (умовних або фізичних) помножити на її наклад у примірниках.

Приклад. Підрахуємо аркушат книги. Допустимо, обсяг книги 19,25 умовних друкованих аркушів, а наклад 5 000 прим. Її друкований аркушат:

$$19,25 \times 5\,000 = 96\,250 \text{ (умовних друкованих аркушів-відбитків).}$$

За друкованим аркушом визначають, яка кількість паперу знадобиться на наклад книги, накладі усіх книг річного випуску й т. п. Достатньо розділити друкований аркушат на 2, щоб дізнатися, скільки паперових аркушів потрібно для всього накладу. Знаючи ж щільність паперу (масу 1 м²), площу аркуша, норми відходу паперу, неважко підрахувати загальну масу паперу для накладу або накладів (див. розділ 11). Для аркушату в 1 млн. умовних друкованих аркушів-відбитків без точного обліку маси 1 м² потрібно в середньому 20 т паперу.

Для дуже грубих, приблизних підрахунків це співвідношення цілком годиться. Тож для книги в наведеному вище прикладі за цим співвідношенням буде потрібно паперу: $96\,250 < 0,1$ млн., тобто потрібно приблизно 2 т.

Місткість друкованого аркуша

Місткість друкованого аркуша – це величина, що показує, який обсяг матеріалів умістився на друкованому аркуші. Чим більше знаків набору й площі образотворчого матеріалу вміщує друкований аркуш, тим вища його місткість, і навпаки. Місткість друкованого аркуша дорівнює кількості обліково-видавничих аркушів, що вмістилися у друкованому. Тому для того, щоб обчислити, чому дорівнює місткість друкованого аркуша книги, потрібно її обсяг в обліково-видавничих

аркушах розділити на кількість умовних друкованих (умовних тому, що це дозволить порівнювати місткість друкованого аркуша різноформатних книг).

Наприклад, у книзі 23,05 обліково-видавничих аркушів й 31,93 умовних друкованих. Місткість умовного друкованого аркуша буде:

$$23,05 : 31,93 = 0,72 \text{ (обліково-видавничих аркушів).}$$

За місткістю друкованого аркуша судять про те, наскільки ощадливо витрачає видавництво папір, бо чим більша місткість друкованого аркуша, тим менше паперу піде на видання.

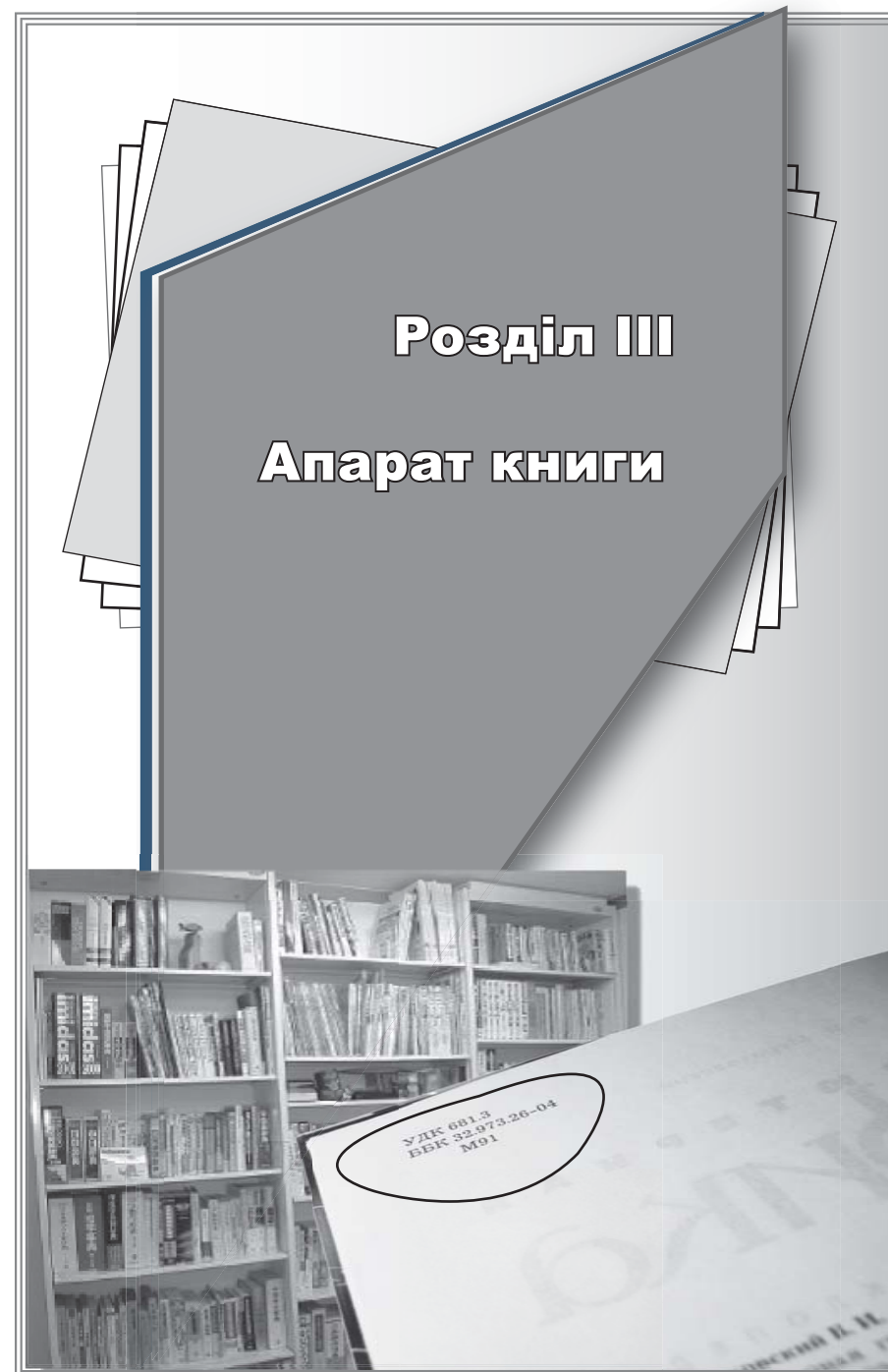
Відношення обсягу в обліково-видавничих аркушах до обсягу в умовних і є *коефіцієнтом місткості* (див. вище приклад його підрахунку).

Коефіцієнт місткості умовного друкованого аркуша меншого за одиницю свідчить у багатьох випадках про неощадливу витрату паперу. Правда, коефіцієнт місткості друкованого аркуша в поетичних книгах, образотворчих виданнях (альбомах), книгах з великою кількістю формул і таблиць навіть при ощадливому оформленні не може, як правило, бути більшим за одиницю.

Місткість друкованого аркуша залежить від формату набору (чим довший рядок і відповідно менші поля, тим місткість вища), кегля шрифту (чим кегль менший, тим більше знаків шрифту однієї гарнітури вміщує рядок одного формату), місткості шрифту того або іншого рисунка (гарнітури) (чим більше знаків розміщено на одному квадраті набору, приблизно 18 мм, тим вища місткість).

Хоча видавець економічно зацікавлений вишукувати будь-які методи, прийоми й засоби, що дозволяють збільшувати коефіцієнт місткості друкованого аркуша, робити це доводиться з оглядом на інтереси читача, щоб не вийти за межі гігієнічних норм набору, які визначені, зокрема, у галузевих нормативних документах (ОСТ 29.124-94. Видання книжкові. Загальні технічні умови; ОСТ 29.127-96. Видання книжкові для дітей. Загальні технічні умови).

Середній коефіцієнт місткості умовного друкованого аркуша всіх книг видавництва, випущених за той або інший період, дає можливість оцінити, як видавництво використало друкований обсяг і відповідно папір у цілому. Для цього загальний обсяг усіх видань в обліково-видавничих аркушах ділять на загальний їх обсяг в умовних друкованих аркушах.



3.1. ВИХІДНІ ВІДОМОСТІ

Про склад апарата книги та його призначення вже повідомлялося вище. Додамо до цього, що головний зміст і мета апарата – допомогти читачеві *швидше й повніше* знайти в книзі необхідну йому інформацію.

Швидше – завдяки сповіщаючим текстам (вихідним відомостям), які стисло характеризують книгу й дозволяють її розшукати серед мільйонів інших; інформаційним текстам (анотації, реферату, передмові), які розкривають особливості книги й дозволяють найкраще розпорядитися нею; засобам пошуку (пошуковим системам: змісту, допоміжним покажчикам до змісту книги, колонтитулам), які допомагають значно прискорити отримання довідки про зміст книги або її вибіркове читання.

Повніше – завдяки текстам, що пояснюють та уточнюють (вступна стаття, післямова, примітки й коментарі), роблять доступним у книзі все, що вимагає додаткових знань, відсутніх у її матеріалах, а також завдяки бібліографічним відомостям (бібліографічним посиланням і бібліографічним спискам або покажчикам), які дозволяють знайти літературні джерела книги, розширити й поглибити відомості про те, чому книга присвячена.

Пошукова цінність апарата книги, звичайно, поступається пошуковим можливостям комп'ютерних пошукових систем, але, з іншого боку, книжковий пошуковий апарат здатний їх збагатити, а з іншого – видавець книг не може забувати про читачів, які не мають доступу до цих систем.

Нерідко до апарата книги помилково відносять і додаткові тексти: додатки, редакції й варіанти.

Ці тексти не є апаратними, тобто такими, що допомагають краще користуватися основним матеріалом книги. Вони по суті є основним матеріалом, тільки винесеним за межі твору.

Як додатки, звичайно, друкують довідкові й документальні матеріали. Що стосується редакцій і варіантів, що дають можливість бачити поступовий шлях автора до остаточного тексту, то вони також містять основний матеріал, але в незавершеному або попередньому вигляді.

Склад обов'язкових для всіх видавництв вихідних відомостей, або інформаційного апарата книги, визначений міжнародним стандартом (ГОСТ 7.4-95. «Издания. Выходные сведения»). Там же позначені й найбільш примітні місця книги, де необхідно розміщувати елементи вихідних відомостей, а також наведені вказівки, які найкраще оформити. Установлюючи мінімум обов'язкових вихідних відомостей, стандарт допускає поміщати в книгах для інформаційно-бібліографічних цілей

ще й додаткові відомості (макет анотованої каталожної картки, анотацію, реферат) і дає видавництвам право наводити за своїм розсудом будь-які інші відомості про видання.

Головне для видавця – усвідомити, що без однакового набору, змісту й оформлення мінімуму вихідних відомостей нормальний книжковий обіг або неможливий, або вкрай складний.

Покажемо це на прикладах.

Якщо на титульному аркуші тому багатотомної книги з різними авторами томів ім'я й прізвище автора цього тому помістити над загальним заголовком всієї багатотомної книги, як це нерідко роблять видавничі працівники, то й бібліографи, і читачі вважатимуть, що всі томи написані тим же автором, хоча насправді це не так. Розшукати інші томи по цьому тому та його бібліографічний опис буде дуже нелегко. Але саме так оформили, наприклад, у видавництві «Скарабея» два перших томи багатотомного перекладного видання «Нова історія середньовічної Франції», через що читач, який візьме 1-й том, може подумати, що й 2-й том написаний тим же автором, хоча в 2-го тому зовсім інший автор. Стандарт передбачає правило: «... *якщо в томів різні автори, їхні імена наводять під номером тому...*» (ГОСТ 7.4-95).

Якщо в збірнику творів різних авторів їхні імена й прізвища поставити над загальним заголовком збірника, він буде сприйнятий за колективну працю цих авторів, хоча в бібліотечному каталозі картка з описом такого збірника стоятиме на місці, що визначається першим словом заголовка, а під ім'ям і прізвищем першого автора ні книгу, ні картку на неї не знайти. Саме тому в стандарті передбачено правило: «*Відомості про авторів творів, включених у збірник із загальним заголовком, не приводяться на титульному аркуші або його звороті...*» (ГОСТ 7.4-95), такі відомості слід указувати у змісті збірника.

Норми стандарту походять насамперед із досвіду читача або бібліотекаря, які зазнали значних труднощів при двозначності або просто помилковому оформленні вихідних відомостей. Крім того, норми стандарту викликані необхідністю не ускладнювати роботу тих, хто обробляє книгу в бібліотеці, книжковій палаті, книгарні, кому доводиться складати її опис, а, навпаки, максимально полегшити й прискорити цю роботу.

ГОСТ 7.4-95 не є єдиний документ, що регламентує вихідні відомості. Крім нього, нормативи їхнього оформлення встановлює й ДСТУ 3814-98 «Видання. Міжнародна стандартна нумерація книг», визначає структуру, склад, форму написання й розміщення в книзі міжнародного стандартного номера книги (ISBN), завдяки якому будь-яка книга може

бути опізнана за одним лише таким номером. Деякі інші нормативні документи, якими потрібно керуватися, оформляючи вихідні відомості, ми назвемо під час подальшого викладу.

Нижче норми стандарту (ГОСТ 7.4-95) викладені в такій формі, у якій найбільш зручно наводити довідки з приватних питань протягом видавничої роботи. Положення стандарту згруповані не за елементами вихідних відомостей, як у стандарті, а за місцями їх розміщення в книзі: вказується, які елементи слід надрукувати на лицьовій сторінці титульного аркуша, які – на його звороті, авантитулі, контртітулі, на кінцевій сторінці книги, на передній сторінці й корінці палітурки (обкладинки, суперобкладинки), супроводжуючи кожен елемент усіма нормами, яким він за стандартом має підпорядковуватися, і повідомляючи про припустимі переміщення його. Для наочності положення й правила ілюструються прикладами.

Елементи задаються в тій послідовності, що передбачена стандартом, а в разі, коли стандарт не містить вказівок щодо цього питання, у послідовності, яка диктується логікою співвідношень елементів.

Лицьова сторінка титульного аркуша односторонньої книги

На лицьовій сторінці титульного аркуша односторонньої книги розміщують такі елементи (назви обов'язкових для цієї сторінки елементів виділені шрифтом *напівжирного накреслення*; назви тих, що можуть бути перенесені на іншу сторінку книги, – шрифтом *курсивного накреслення*; назви термінів, що позначають групу, комплекс елементів, – *р о з р я д к о ю*):

Надзаголовні дані

Так називають елементи вихідних відомостей, що мають бути розміщені зверху титульного аркуша над заголовком книги або над прізвищем автора й заголовком.

До складу надзаголовних даних входять два елементи:

1. *Назви однієї або кількох організацій* (підприємств, установ, навчальних закладів тощо) – у книгах, що випускають від їхнього імені, або в збірниках матеріалів конференцій, з'їздів, нарад і т. ін., де потрібно повідомити назви їх організаторів.

Назви слід писати за офіційно встановленою формою. При великій кількості організаторів конференції й т. ін. дозволяється вказувати лише основних організаторів, називаючи інших у передмові або анотації.

2. *Дані про серію* – у серійних книгах: заголовок серії, номер випуску, рік заснування серії (рік випуску 1-ої книги серії), заголовок підсерії,

номер випуску підсерії, імена осіб, що брали участь у створенні всієї серії. Наприклад:

Бібліотека видавця, редактора, автора

Вип. 1

Серія заснована в 2005 році

Заголовок серії міститься в лапках тільки в тому разі, коли йому передують родові слова «серія» або «бібліотека»: *Бібліотека «Знавцям української словесності»*.

Перед іменами осіб, які брали участь у створенні всієї серії, необхідно вказати характер їхньої роботи або участі:

Укладач серії І. М. Васюра; Редакційна колегія серії: І. П. Іванов, П. П. Петров, С. С. Коляденко (головний редактор), К. К. Козлов; Редактор серії Д. К. Кузнецов; Художнє оформлення серії П. П. Павлов.

Надзаголовні дані в повному складі можуть бути перенесені на контртітул або авантитул, а такі дані, як рік заснування серії й імена осіб, які брали участь у створенні всієї серії, – на зворот титульного аркуша. Це положення дійсне й для тих випадків, коли в книзі наявні тільки дані про серію або тільки назви організацій і т. ін.

Дані про автора (авторів)

3. *Ім'я автора або імена не більше трьох співавторів* (ініціали й прізвище, ім'я й прізвище) – у моновиданні. Форму й порядок імен встановлюють самі автори. Обов'язковий за стандартом називний відмінок імен. Наприклад: *Євг. Анісімов; Сергій Львов; Е. С. Ліхтенштейн.*

4. *Імена більше трьох співавторів* – у моновиданні. Правила оформлення ті ж, що й у п. 3, але стандарт надає видавництву право переносити їх на зворот титульного аркуша, випереджаючи словом «Автори»:

Заголовні дані

5. *Заголовок видання.* Стандарт забороняє випуск книги без заголовка, не допускає випуску книг з малоінформативними заголовками з типових слів таких як «Путівник», «Каталог», «Бюлетень», зобов'язуючи додавати до таких слів у заголовку назву організації, від імені якої випускається видання або якій книга присвячується: *Каталог книжкового видавництва «Ранок»; Путівник по Харкову.*

У виданнях зі змішаним текстом різними мовами заголовок видання наводять усіма мовами, використаними у виданні. Це стосується, головним чином, книг з паралельним текстом різними мовами, де й інші дані на титульному аркуші пишуть мовами видання. Наприклад:

Bernard Clavel Бернар Клавель

L'arbre qui chante Поющее дерево

Заголовок-цитату беруть у лапки. Наприклад: *«Дивлюсь я на небо, та й думку гадаю...»*.

Підзаголовні дані

Так називають ті елементи вихідних відомостей, котрі розміщують під заголовком. До їх складу входять:

6. Тематичний підзаголовок. Наприклад:

БІБЛІОТЕКА В САДУ

*Письменники Античності, Середньовіччя й Відродження
про книгу, читання і бібліофілство*

Цей елемент вихідних відомостей дуже важливий для читача, оскільки уточнює тематичний зміст книги з образним або занадто широким заголовком.

7. **Літературний жанр.** Указується в моновиданні, коли позначений автором або видавництвом, і в збірнику – за бажанням укладача або видавця. Наприклад: *Роман, Казки, Новели.*

8. **Вид або підвид видання.** Наприклад: *Довідник, Словник, Підручник, Навчальний посібник.*

9. **Читацька адреса.** Указується, якщо видавництво вважає це доцільним. Наприклад: *Для працівників преси, Для дошкільного віку.*

10. **Ім'я укладача (імена укладачів)** – у складених виданнях (збірники, хрестоматії). Обов'язково потрібно вказувати перед ім'ям характер складальної або прирівняної до неї роботи: *Склав П. І. Мельниченко; Зібрав О. П. Поляков.* Допускається перенос на зворот титульного аркуша. Бажана форма називного відмінка.

11. **Відомості про те, з якої мови зроблено переклад, та ім'я перекладача (імена колективу перекладачів)** – у перекладному виданні, причому імена вказуються на титульному аркуші тільки в тому разі, якщо всі твори перекладено одним перекладачем або одним колективом перекладачів. Якщо ж у збірнику творів останні перекладено різними особами, то стандарт вимагає керуватися положенням іншого стандарту (ГОСТ 7.5-98. «Журналы, сборники, информационные издания. Издательское оформление материалов, которые публикуются»), відповідно до якого ці відомості розміщують усередині збірника після тексту кожного твору праворуч та у змісті після заголовка й тематичного підзаголовка. Бажано, щоб імена перекладачів ставилися в називному відмінку. Наприклад: *Переклад з французької І. П. Панов і В. В. Петров.*

12. **Ім'я відповідального (наукового) або титульного редактора.** Бажана форма називного відмінка. Наприклад: *Науковий редактор К. К. Козлов; Керівник авторського колективу М. І. Мурашко; Загальну редакцію здійснив П. О. Павлов.* Допустиме перенесення на зворот титульного аркуша.

13. **Відомості про склад редколегії видання.** Наприклад: *О. І. Бабкіна, Т. О. Бахтуріна, М. І. Герасимова, І. С. Дудник, В. П. Ізюмов (головний редактор), П. П. Надарейко, Т. В. Славська.* Допустиме перенесення на зворот титульного аркуша.

14. **Ім'я художника-ілюстратора, фотографа, дизайнера** – в ілюстрованих виданнях. Наприклад: *Художник Н. І. Калініченко, Ілюстратор О. В. Макаревич, макет В. П. Чаплигіна; Художник-оформлювач А. Т. Троянда.*

15. **Відомості про затвердження видання як навчального, офіційного або нормативного.** Наприклад: *Рекомендовано Міністерством освіти і науки України як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів.*

16. **Відомості про перевидання** (його порядковий номер і зміни в ньому порівняно з попереднім виданням) – у перевиданих книгах. Порядковий номер потрібно вказувати арабськими цифрами з нарощенням відмінкового закінчення, а за ним – характер змін. Наприклад:

5-е видання, стереотипне (якщо немає змін);

3-є видання, доповнене (якщо включені додаткові матеріали);

2-е видання, виправлене (якщо усунуті помилки чи внесені невеликі уточнення);

4-е видання, перероблене (якщо зміст тексту або його форма, наприклад, композиція, суттєво змінені);

2-е видання, переглянute (якщо замінені застарілі матеріали та/або внесені зміни через зміну поглядів);

3-є видання, розширене (якщо текст доповнений матеріалами, виходячи з більш широкого тлумачення теми).

Визначення можуть поєднуватися залежно від характеру змін: *виправлене й доповнене, розширене й перероблене* й т. п.

Порядок елементів 11–16 може мінятися. Так, якщо редактор або редколегія брали участь в оцінці ілюстрацій й оформленні, то ім'я художника доцільно поставити перед відомостями про них. Усі елементи 11–15 логічно ставити перед відомостями про перевидання (п. 16) тільки в тому разі, коли вони були такими ж у попередньому виданні. Якщо ж вони змінилися або були відсутні в ньому, то логічно ставити їх після відомостей про перевидання, оскільки вони також відносяться до цих відомостей.

У цілому, як видно з переліку елементів підзаголовних даних, їхня послідовність визначається такими принципами: спочатку зазначаються елементи, що характеризують зміст і форму творів, які друкуються, потім визначальне соціально-функціональне й читацьке призначення

книги. Далі відомості про те, яким чином і хто брав участь у створенні книги (укладач, художник, редактор), нарешті, завершують перелік відомості про перевидання, якщо учасники його підготовки й створення не змінилися (інакше їх слід поміняти місцями з відомостями про учасників – див. вище).

Вихідні дані

Так називають відомості про місце випуску книги, її видавця та рік її випуску. Схожість цього словосполучення з іншим (вихідні відомості) призводить до того, що їх часто плутають навіть у нормативних документах, хоча значення двох цих термінів різне: вихідні відомості – поняття широкі, що вбирає в себе й вихідні дані поряд з іншими комплексами елементів, а вихідні дані – дані лише про те, ким, коли й де випущена книга. До складу вихідних даних входять обов'язкові елементи, наведені нижче.

17. Місце випуску книги. Ним вважається населений пункт, зазначений у юридичній адресі видавництва або його відділення (філії). Назва цього населеного пункту має бути такою, яка привласнена йому в офіційних довідниках адміністративно-територіального розподілу.

Місце випуску видання може бути не вказане у вихідних даних, якщо воно є частиною імені видавця або повністю входить до назви видавництва. Так, у книгах видавництва «Харків» немає необхідності вказувати м. Харків, а в книгах Дніпропетровського книжкового видавництва – м. Дніпропетровськ.

У книгах, випущених спільно декількома видавництвами, ставлять місцезнаходження кожного, якщо вони розташовані в різних населених пунктах. Наприклад:

Львів. «УАД». Харків. «ХНУРЕ», 2007.

18. Ім'я видавця (назва видавництва). Видавцем вважається за стандартом юридична особа, яка здійснює підготовку й випуск видання. Форма імені має відповідати встановленій при його реєстрації.

У книгах, що випускаються відділенням (філією) видавництва, треба ставити спочатку назву видавництва, потім назву відділення (філії). Наприклад:

Харків. Видавництво «Вища школа». Харківське відділення

У спільних виданнях наводять місце випуску книги та ім'я кожного видавця.

19. Рік випуску книги. Позначається арабськими цифрами без вказівки слова «рік» у повній або скороченій формі. За законом України «Про авторське право й суміжні права» від 23 грудня 1993 р. № 3792-ХІІ цим роком вважається рік випуску в обіг примірників твору (видання), тобто рік здачі накладу або його початкової партії книгопродавцеві.

Таким чином, обов'язково на лицьовій сторінці титульного аркуша одностомної книги необхідно розташовувати (за наявністю в ній відповідних особливостей і прагнення їх підкреслити) такі елементи:

- 1) імена не більше трьох співавторів;
- 2) заголовок книги;
- 3) тематичний підзаголовок;
- 4) літературний жанр;
- 5) вид видання;
- 6) читацьку адресу;
- 7) відомості про мову, з якої зроблено переклад, та ім'я перекладача;
- 8) відомості про перевидання;
- 9) відомості про затвердження видання як навчального, офіційного або нормативного;
- 10) місце випуску книги, ім'я видавця й рік випуску книги.

Титульний аркуш факсимільних і репринтних видань. У цих виданнях ГОСТ 7.4-95 вимагає розміщувати два титульних аркуша: 1-й – з вихідними відомостями відтворюючого, сучасного видання й 2-й – видання-оригіналу. Природно, що 1-й титульний аркуш оформляється у відповідності до стандарту.

Книги без титульного аркуша. Вихідні відомості, що мають бути на титульному аркуші, розміщують на передній сторінці обкладинки або палітурки.

Лицьова сторінка титульного аркуша багатотомного видання

До елементів вихідних відомостей одностомної книги додаються такі:

1. Загальний заголовок усього багатотомного видання. Його розміщують під ім'ям автора (іменами співавторів), якщо у всіх томів один автор (один колектив співавторів), або перед номером тому, якщо у томів різні автори. Він має бути незмінним у всіх томах. При розворотному титульному аркуші може бути перенесений на контртитул або повторений на ньому разом з іншими відомостями, що відносяться до всього багатотомного видання.

2. Кількість томів, на яку розраховане багатотомне видання. Розміщують під загальним заголовком усього багатотомного видання. Разом із загальним заголовком вона може бути перенесена на контртитул при розворотному титульному аркуші: В 5 томах.

3. Номер тому. Вказують арабськими цифрами після загального заголовка й кількості томів, на яке розраховане багатотомне видання, або тільки після загального заголовка, при розворотному титулі звичайно повторюваного на лицьовій сторінці титульного аркуша.

4. **Окремий заголовок тому.** Вказують під номером тому, якщо у всіх томів один автор (один колектив співавторів), або під ім'ям автора (іменами співавторів), якщо в томів різні автори.

Підзаголовні дані, що відносяться до всього багатотомного видання, ставлять під його загальним заголовком, а такі, що відносяться тільки до даного тому, – під окремим заголовком тому або, якщо він відсутній, – під номером тому.

Зворот титульного аркуша

На зворот титульного аркуша з лицьової сторінки, щоб розвантажити її, можуть бути перенесені наступні елементи (виділені курсивом, оскільки вони не є обов'язковими на цій сторінці):

1. *Імена більше трьох співавторів моновидання з попереднім словом «Автори:».* Наприклад:

Автори: І. Й. Кивалов, П. П. Петров, С. С. Сидоряк, М. І. Ніколаєв

При роздільному співавторстві після кожного імені може бути вказано, які саме підрозділи написані ними. Наприклад:

Автори: В. О. Вовк (гл. 11), М. В. Борисенко (§ 19.2 і 19.3) і т. д.

2. *Ім'я упорядника (імена упорядників) з випереджаючими словами, що означають характер роботи.* Наприклад:

Упорядник В. А. Маркус. Склали І. С. Іванов, Н. Н. Гуляєв

3. *Ім'я художника-ілюстратора, фотографа, оформлювача.*

4. *Ім'я відповідального (наукового), титульного редактора.*

5. *Склад редколегії.*

6. *Рік заснування серії та імена осіб, які брали участь у створенні всієї серії.* Наприклад:

Серія заснована в 1998 році

Редакційна колегія серії:

Ю. Герчук, В. Лазурський, В. Ляхов, Ю. Молок

Художники серії:

М. Анікін, О. Трінклер

Обов'язково мають бути розміщені на звороті титульного аркуша такі елементи вихідних відомостей:

1–2. **Класифікаційні індекси УДК** (універсальної десятикової класифікації) і **ББК** (бібліотечно-бібліографічної класифікації), а також **авторський знак** – у лівому верхньому куті окремими рядками в зазначеному порядку (авторський знак із відступом на розмір абrevіатури класифікацій). Наприклад:

УД К 655.4/5

ББК 76.17

К16

Авторський знак – це умовна позначка прізвища автора (першого, якщо авторів два або три) або перше слово заголовка (якщо автора не вказано перед заголовком книги) у вигляді першої (великої) літери прізвища автора або першого слова заголовка й відповідного їм початкового складу двозначного числа в цифровій формі. При алфавітному розміщенні книг на бібліотечній полиці авторський знак визначає їхнє місце там. Наприклад, для «Пам'ятної книги редактора» (2-е вид. М., 1988), автори якої не зазначені перед заголовком і початковий склад заголовка якої *Пам*, потрібно знайти у стовпчику початкових складів цей склад і проти нього двозначне число. Ось фрагмент стовпчика із цим складом:

Пак 13 Рабо Пал 14 Раг Пам 15 Рад

Тобто, авторський знак для цієї книги буде *П15* (проти *Пам* стоїть *15*).

3. **Відомості про те, що видання є передруком, і про видання, з якого воно передруковане** (бібліографічний опис за ГОСТ 7.1-84). Наприклад:

Текст друкується за виданням:

Шевченко Т. Г. Зібрання творів: В 6 т. – К: Освіта, 1995. – Т. 2.

4. **Відомості про зміни в авторському колективі** – у повторних монографічних виданнях. Наприклад, у другому виданні, що вийшло під ім'ям одного автора – О. С. Петрова:

Авторами першого видання були О. С. Петров і Т. Е. Розинська.

ГОСТ 7.4-95 вимагає поміщати ці й наступні відомості в анотації.

5. **Відомості про зміну заголовка** – у повторних виданнях. Наприклад, у другому виданні, назва якого «*Довідкова книга редактора й коректора*»:

Заголовок першого видання: *Довідкова книга коректора й редактора*.

6. **Рік випуску попереднього видання** – у перевиданнях.

Наприклад: *1-е видання вийшло в 1993 р.*

7. **Вихідні відомості з титульного аркуша видання-оригіналу** – у перекладних книгах, що випускають уперше в перекладі на мову видання, якщо немає можливості розмістити їх на контритулі.

Наприклад, у книзі Дж. Дж. Фрезера «Фольклор у Старому завіті»:

*James George Fraser
FOLKLORE IN THE OLD TESTAMENT
London 1923*

8. Ім'я автора оригінального видання мовою оригіналу в книгах, що раніше вже виходили в перекладі на мову видання, якщо немає можливості розмістити на контртитолі.

Наприклад: *William Shakespeare*.

9. Імена авторів та укладачів передмови, вступної статті, післямови, приміток і коментарів, інших елементів апарата книги – у називному відмінку.

Наприклад: *Автор передмови й коментарів Ю. О. Тимошенко*.

10. Рік початку випуску багатотомного видання – в 2-му і наступних томах. Цей елемент може бути вилучений, якщо рік початку випуску проставлений на контртитолі у вихідних даних, що відносяться до всього багатотомного видання.

Приклад на звороті титульного аркуша: *Т. 1 вийшов у 1999 р.*

11. Міжнародний стандартний номер книги (ISBN) – у нижньому лівому куті (при відсутності титульного аркуша – у нижній лівій частині поля сумісного титульного аркуша).

Наприклад:

ISBN 966-680-151-5

12. Знак охорони авторського права – у виданнях, що охороняються, у правому нижньому куті.

Наприклад:

© С. В. Глушаков, А. С. Сурядний, 2002

Цей знак складається з умовної позначки ©, поруч із якою вказується ім'я власника авторського права на твір, що видається, або назва юридичної особи (видавництво, установа, організація), якій за законом належить це право, а також рік першого видання твору. Знак може бути розміщений і в інших місцях книги, наприклад, у змісті, або на нижньому полі початкової шпальти твору.

Правила простановки знака охорони авторського права такі:

У книзі з кількома (багатьма) об'єктами охорони (літературний твір, ілюстрації, оформлення, вступна стаття, примітки тощо) ставлять кілька знаків охорони, уточнюючи, до якого об'єкта відноситься кожен із них (див. нижче приклад для перекладного твору).

У творі колективу співавторів імена їх вказують у прийнятій ними послідовності:

© С. В. Глушаков, А. С. Сурядний.

У перекладі твору, що охороняється мовою оригіналу, першою ставлять копію знака охорони авторського права на виданні, з якого

робився переклад, а потім знаки охорони на переклад та інші об'єкти охорони перекладної книги:

© 1993 by Nkui, Inc. All rights reserved

© Издательство «ОЛМА-ПРЕСС», издание на русском языке, 1995

© И. Вартанесян, Н. Сихарулидзе, перевод, 1995

© Дизайн бюро «КитАрт», оформление, 1995

У книзі з кількома (багатьма) творами, захищеними авторським правом, знак охорони на кожен твір треба ставити таким чином, щоб він однозначно вказував на твір, що охороняється.

Найкраще знак охорони кожного твору поміщати в нижній частині його початкової сторінки. При великій кількості творів доцільно на звороті титульного аркуша в нижньому правому куті надрукувати знак охорони збірника в цілому (власником авторського права може бути укладач, видавництво, організація) і знаки охорони, що визначають твори, які мають авторське право.

Наприклад: на звороті титульного аркуша:

© Р. М. Дубровкін, складання, 1992

© Відзначені в змісті знаком * прізвища, переклад на українську мову, 1992

У змісті:

Джакомо Пульерзе. Особою, всіх осіб добріше... Переклав Г. Русаків*

У повторному виданні (перевиданні):

а) при відсутності змін у порівнянні з першим виданням ставлять той же знак охорони, що й у першому виданні;

б) при виданні в зміненому вигляді (з доповненнями або переробкою) ставлять два знаки охорони: першого й повторного видання із зазначенням на доповнення та (або) переробку.

Наприклад:

© Видавництво «Книга», 2003

© А. Л. Новохатько, Р. Д. Тимчук, доповнення й переробка, 2006

У збірниках (наукових працях), які випускає організація (самостійно або через видавництво), знак охорони на збірник містить назву цієї організації, що не виключає проставлення знаків охорони на окремі твори із зазначенням прізвищ осіб, які їх написали, якщо за законом їм належить авторське право на ці твори.

Крім перерахованих елементів, на звороті титульного аркуша книги можуть бути розміщені додаткові вихідні відомості: *анотація, реферат, макет анотованої каталожної картки*, а також *випускні дані*. Якщо є можливість, ці дані переважніше друкувати на кінцевій сторінці книги, тому що вони переважніше зворот титульного аркуша.

Контртитул

Контртитул – ліва сторінка розворотного титульного аркуша.

На контртитулі розміщують:

1. У серійній книзі й книзі, що випускається від імені організації (підприємства, установи й т.п.) – *надзаголовні дані*. Якщо на контртитулі друкують відомості про серію, то доцільно їх не розділяти й не переносити частину на зворот титульного аркуша.

2. У багатотомному виданні – *загальні для нього вихідні відомості*.

3. У перекладній книзі, яка випускається вперше в перекладі на мову видання, – *вихідні відомості* з титульного аркуша оригінальної книги.

4. У перекладній книзі, яка випускається повторно в перекладі на мову видання, – ім'я автора мовою оригінального видання.

Рекомендується на контртитулі томів багатотомного видання в числі елементів вихідних відомостей, загальних для всього цього видання, вказувати рік випуску 1-го тому, а в останньому томі – рік випуску 1-го й останнього тому.

Наприклад:

Київ. «Освіта». 2000 – Київ. «Освіта». 2000 – 2005.

Авантитул і об'єднаний титульний аркуш

На авантитул – першій сторінці подвійного титульного аркуша, що починає книгу, – розміщують *надзаголовні дані*, які переносяться сюди з лицьової сторінки титульного аркуша, щоб розвантажити її та щоб не залишати авантитул порожнім.

Якщо надзаголовні дані відсутні, на авантитул розміщують *видавничу марку, видавничий девіз* або дублюють деякі вихідні відомості з лицьової сторінки титульного аркуша – найчастіше *вихідні дані* або тільки *назву видавництва*.

Перевантажувати авантитул небажано, тому що на його звороті друкують контртитул, фронтиспис або ліву частину розворотного титульного аркуша.

Об'єднаним титульним аркушем називають початкову сторінку книги, на якій поряд із вихідними відомостями, що розміщують на титульному аркуші, заверстують або початок тексту видання, або його зміст. Це відомості з лицьової сторінки титульного аркуша, розміщені в спусковому пробілі початкової сторінки.

До об'єданого титульного аркуша вдаються, коли від титульного аркуша відмовляються заради економії або для того, щоб отримати ціле число сторінок, що становлять друкований аркуш, найчастіше в невеликих брошурах.

Кінцева сторінка книги

На кінцевій сторінці книги розміщують передвипускні й випускні дані.

Передвипускні (надвипускні) дані. Ця частина вихідних відомостей розміщується, звичайно, над випускними даними (іноді перед ними на попередній сторінці), містить повтор найважливіших відомостей про видання: про авторів та укладачів (у розширеній формі), заголовки й деякі додаткові відомості: вид видання, імена співробітників видавництва, які брали участь у підготовці й випуску книги тощо.

До складу передвипускних даних входять такі елементи:

1. У виданні не українською мовою – **вихідні відомості з титульного аркуша в перекладі українською мовою**.

2. Вид видання за соціально-функціональним (цільовим) призначенням, ступенем переробки інформації, знаковою природою інформації – за ДСТУ 3017-95 (офіційне видання, наукове, науково-популярне, виробничо-практичне, нормативно-виробниче, навчальне, масово-політичне, довідкове видання, видання для дозвілля, рекламне, літературно-художнє, інформаційне, нотне, картографічне видання, образотворче видання).

Наприклад: «Як у казці...»: Літературно-художнє видання.

3. У факсимільних та репринтних виданнях – особливість відтворення видання: *Факсимільне видання* або *Репринтне видання*.

4. У монографіях – **псевдонім або повна форма імені автора**, тобто прізвище й повні ім'я та по батькові автора або тільки повне ім'я індивідуального автора або співавторів (при трьох усіх, при більшому числі – перших трьох із додаванням та ін.); прізвище при цьому набирають видільним шрифтом (напівжирний, курсив, прописний).

Наприклад:

При одному авторі:	При трьох співавторах:	При чотирьох та більше співавторах:
БУЛГАКОВА Елеонора Еммануїлівна	Дорош Анатолій Кузьмич Ткаченко Володимир Пилипович Челомбійський Віктор Федорович	Гавенко Світлана Федорівна Мельников Олександр Валерійович Корнілов Іван Петрович та ін.

У багатотомному виданні:

а) з одним автором (одним колективом авторів) всіх томів – **повна форма імені (імен) перед загальним заголовком**.

Наприклад:

ШЕВЧЕНКО Тарас Григорович. Зібрання творів;

б) з різними авторами (колективами авторів) томів – **повна форма імені (імен) після номера тому перед його окремим заголовком.**

Наприклад:

*Справочное издание
Справочник технолога-полиграфиста
В 6 томах
Том 1
Таль Георгий Алексеевич
Шульмейстер Михаил Владимирович
Наборные процессы.*

5. **Заголовок книги:** в однотомній книзі – під повним ім'ям автора (іменами співавторів); у томі багатотомного видання – при одному авторі всіх томів – загальний заголовок під повним ім'ям автора (іменами співавторів), при різних авторах томів – загальний заголовок за назвою виду видання; у збірці творів різних авторів із загальним заголовком – загальний заголовок відразу за назвою виду видання.

6. У складових виданнях – **повна форма імені укладача або укладачів** (прізвище, ім'я та по батькові в повній формі або тільки ім'я); якщо укладачів більше трьох, то наводяться імена тільки перших трьох із додаванням та ін.; із вказівкою характеру виконаної роботи.

Наприклад:

*Довідкове видання
Нормативные материалы по издательскому делу. Составитель
Маркус Владимир Александрович.*

7. **Відомості про наявність окремо виданого додатка до видання.**

Наприклад:

*АНЦИФЕРОВ Николай Павлович
Душа Петербурга; Петербург Достоевского;
Быль и миф Петербурга
Репринтное воспроизведение изданий 1922, 1923, 1924 гг.
С отдельным приложением, содержащим статью Д. С. Лихачева
«Николай Павлович Анциферов», комментарий и список
переименованных топонимов Петербурга, в общей обертке.*

8. **Посада (роль), ініціали й прізвища учасників створення книги:**

а) провідного редактора: *Редактор Рональд. Р. Ягер;*

б) художника або дизайнера, якщо його участь має обмежений характер, у неілюстрованих виданнях: *Дизайн обкладинки О. О. Павлов;*

в) художнього редактора: *Художній редактор І. П. Львівський;*

г) технічного редактора: *Технічний редактор Л. В. Соколова;*

д) коректорів: *Коректори В. В. Добренко, О. С. Сидоренко.*

Випускні дані. Це частина вихідних відомостей, у якій дається виробничо-технічна характеристика видання, дати його проходження у виробництві, назви й адреси видавництва та друкарні.

До складу в и п у с к н и х даних книжкових видань входять:

1. **Номер ліцензії на видавничу діяльність і дата її видачі** (за наказом): *Ліцензія № 060446 від 03.12.99.*

2. **Дата здачі в набір** за формою: *Здано в набір 03.04.04* (при здачі в друкарню підписаного до друку, репродукованого оригінал-макета опускається).

3. **Дата підписання до друку** за формою: *Підписано до друку 05.03.06.*

4. **Формат видання і частка аркуша** за формою: *84×108 1/32 або 84×108/32.*

5. **Вид і номер паперу** за формою: *Папір офсетний; Папір крейдяний.*

6. **Гарнітура шрифту основного тексту** за формою: *Гарнітура Bookman Old Style.*

7. **Основний спосіб друку** за формою: *Друк офсетний.*

8. **Обсяг видання в умовних друкованих й обліково-видавничих аркушах** за формою: *Ум. друк. арк. 26. Обл.-вид. арк. 27, 1.*

9. **Наклад** за формою: *Наклад 10 000 прим.*

10. **Номер замовлення поліграфічного підприємства** за формою: *Замовлення № 2-205.*

11. **Назва (ім'я) і повна поштова адреса видавництва (видавця)** за формою: *Видавництво «Ранок-НТ», пров. Сімферопольський, 6, Харків, 61052.*

12. **Електронна адреса видавництва (видавця)** за формою:

www.folio.com.ua

E-mail: foliosp@vlink.kharkov.ua

Інтернет-магазин «Книга-поштою»

www.bookpost.com.ua.

13. **Назва й повна поштова адреса одного або декількох поліграфічних підприємств із вказівкою виконаної кожним з них роботи** за формою: *Фотонабір виконаний у репроцентрі «Новий вид», вул. Костомарівська, 14, Харків, 61004. Видруковано на ВАТ «Книжкова фабрика «Глобус», вул. Енгельса, 11, Харків, 61012.*

Допускається перенос випускних даних, якщо на кінцевій сторінці для них немає місця, на зворот титульного аркуша (над ISBN і знаком охорони авторського права), а якщо й зворот титульного аркуша зайнятий, то на лицьову або зворотну частини задньої сторони обкладинки.

Обкладинка, палітурка, суперобкладинка

У ГОСТі 7.4-95 вказано лише дві частини обкладинки або палітурки, де потрібно розміщати вихідні відомості. Це їхній корінець при товщині блока більше 9 мм і низ задньої сторони (для штрихкодів).

Стандарт виходить із того, що обкладинки й палітурки не є джерелом вихідних відомостей. При цьому видавцеві надається майже повна свобода розміщення вихідних відомостей на деталях зовнішнього оформлення, але вирішальними є торговельні, рекламні й художні інтереси самого видавця.

Обкладинка. За стандартом на обкладинці обов'язкові вихідні відомості тоді, коли титульний аркуш або сполучений титульний аркуш у виданні відсутні. У таких випадках (найчастіше у брошурах малого обсягу) на лицьовій стороні передньої сторони обкладинки наводять ті вихідні відомості, які звичайно розміщують на титульному аркуші, а на її звороті – ті вихідні дані, котрі зазвичай розміщують на звороті титульного аркуша.

Коли для передвипускних та випускних даних недостатньо місця на кінцевій сторінці й звороті титульного аркуша, стандарт дозволяє заверстувати їх на лицьову або зворотну сторони задньої сторони обкладинки. Крім того, стандарт відводить задню сторінку обкладинки (4-ту сторінку) для штрихкодів: їхнє місце внизу зліва або справа.

Варіантів для того, щоб вирішити, які елементи вихідних відомостей винести на передню сторінку обкладинки, коли в книзі є титульний аркуш – безліч. Так, на ній взагалі нема сенсу розміщати вихідні відомості, якщо до обкладинки приклеєна по корінцю суперобкладинка, оскільки практично ця частина обкладинки недоступна поглядові читача, поки не відвернена суперобкладинка. Майже завжди доцільно друкувати тут ім'я автора й заголовок книги. У серійних книгах, особливо при популярності серії, доцільно винести сюди заголовок серії або її марку. Те ж саме стосується місця випуску й назви видавництва у випадках, коли ці дані значущі для продажу книги, тобто якщо вони самі по собі здатні привернути увагу покупця.

Хоча послідовність елементів вихідних відомостей на обкладинці стандартом не встановлена, краще дотримуватися того ж порядку, що й на титульному аркуші. Це позбавить читача від усіляких непорозумінь.

Що стосується корінця, то на ньому, як правило, розміщують ім'я автора й заголовок або, якщо не вистачає місця, тільки заголовок, а в багатотомних виданнях – ще й номер тому.

Одного імені автора на корінці замало, бо в одного автора може бути багато книг, і тоді читачеві доведеться вгадувати, яка книга перед ним. Заголовок без імені автора не підходить для книг з типовим заголовком («Фізика», «Хімія» і т. ін.). Навпаки, якщо заголовок досить індивідуальний, щоб упізнати книгу на корінці без прізвища автора, можна обійтися без нього. В інших же випадках краще навести його у скороченій формі, але поруч із ім'ям автора.

У рекламних цілях нерідко на передню сторінку обкладинки виносять основні заголовки, якщо вони можуть викликати в читача інтерес до книги, або найбільш цікаві цитати з тексту.

Палітурка. Для палітурки застосовуються всі ті положення, що й для обкладинки. Різниця тільки в тому, що для розміщення вихідних відомостей на палітурці можна використовувати тільки зовнішні поверхні сторінок. Крім того, на тканинній палітурці можливість друку дрібних текстів обмежена.

Суперобкладинка. На ній друкують усі ті ж відомості, що й на обкладинці, лише внутрішні частини залишають чистими, тому що вони закриті від очей читача. Однак зовнішню сторону клапанів суперобкладинки зазвичай широко використовують для рекламно-інформаційних текстів, у тому числі для анотацій, цитат тощо.

Додаткові випускні відомості

Ці відомості, що не є обов'язковими, досвідчений видавець усе ж таки постарається помістити в книгу для того, щоб розширити коло осіб, для яких інформація про неї необхідна і які можуть стати її споживачами.

Макет анотованої каталожної картки. Цей макет був уведений як елемент вихідних відомостей за пропозицією бібліотек, щоб прискорити обробку книг у бібліотеці та скоротити строк від надходження книги до її постановки на полицю, а також для того, щоб читач міг за картковим систематичним каталогом швидше довідатися про появу книги в бібліотеці. Макет призначений для ксерокопіювання на картку.

Макет картки містить бібліографічний запис, що складається з бібліографічного опису книги, анотації, індексів УДК і ББК та авторського знака.

Розміри карток для видань із форматом набору меншим 5 1/2 кв. наведені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Розміри карток для формату набору, меншого 5 1/2 кв

Формат набору, кв.	Висота макета, кв., не більше	Формат набору, кв.	Висота макета, кв., не більше
5 1/4	2 3/4 (до 2 кв. 40 п.)	4 1/2	2 1/2
5	2 кв. 32 п.	4 1/2	2 1/4 (до 2 кв. 16 п.)
4 3/4	2 1/2 (до 2 кв. 30 п.)	4	2

Приклад макета картки для книги одного автора:

Булгакова Е. Е.

Б90 Їжачок. Hedgehog. Ежонки: Вірші для дітей. — Х.: Світ дитинства, 2003. — 56 с.: іл.

ISBN 966-544-267-8.

Веселі й дотепні вірші відомої поетеси Е. Булгакової наповнені радістю дитини, яка відкриває світ. Це золотий ключик до країни Фантазії. Кожна сторінка книги — маленька веселка, у якій переплетено англійські, українські й російські слова. Мешканцями цієї країни можуть стати не тільки малята, а й дорослі — батьки й педагоги, які допоможуть дітям познайомитися з різними мовами й полюбити їх.

Головна ж мова цієї книги — мова світу дитинства.

УДК 82-93
ББК 84(4УКР)

Приклад макета картки для книги трьох співавторів:

Дорош А. К., Ткаченко В. П., Челомбітько В. Ф.

Д69 Обробка текстової інформації у видавничих системах. Частина 1. Теоретичні основи обробки текстової інформації: Навч. посіб. — Х.: Компанія СМІТ, 2007. — 308 с.

ISBN 978-966-2028-11-9.

Викладено теоретичні основи додрукарської обробки текстової інформації, основні види друкованих видань та їх особливості, критерії вибору формату й виду видання, технологію комп'ютерної підготовки публікації до видання, вибір шрифтового оформлення видань, естетично-емоційні принципи вибору конструкції та художнього оформлення видання, технічне редагування видань, правила комп'ютерного набору, коректури й верстки. Наведено класифікацію шрифтів і термінологію у видавничій справі, а також методику створення та редагування текстових документів.

Для студентів вищих навчальних закладів денної та заочної форм навчання спеціальностей напрямку «Видавничо-поліграфічна справа», а також працівників видавництва і поліграфічних підприємств.

УДК 681.3
ББК 32.97

Приклад макета картки для книги більше трьох співавторів:

П15 **Памятная** книга редактора. — 2-е изд., перераб. и доп. / В. А. Абрамов, Т. В. Борисенко, Э. П. Гаврилов и др. — М.: Книга, 1988. — 415 с: ил.
ISBN 5212000084.

Наглядно (в образцах) показано, как редакционно оформить элементы и части текста и аппарата издания. По сравнению с 1-м изданием (Памятная книжка редактора. — М, 1980) издание расширено новыми разделами: «Перечни», «Сокращения», «Выделения», «Числа и знаки», «Внутритекстовые ссылки», «Технические правила набора» и др.

Для редакционно-издательских работников и обучающихся издательским специальностям.

УДК 655.41
ББК 76.17

Приклад макета картки для збірки творів різних авторів із загальним заголовком:

Э45 **Экономика.** Полиграфия и книгоиздание. Компьютеризация. Научные идеи и гипотезы: Сб. научно-метод. статей № 3. — Симферополь, КИИПТ УАП, 2005. — 160 с.

Текст аннотации.

УДК 330.655.1.00

Приклад макета картки для збірки творів різних авторів без загального заголовка:

Кэрролл Л.

K98 Алиса в Стране Чудес. Киплинг Е. Сказки; Маугли. Милн А. А. Винни-Пух и все-все-все. Барри Дж. Питер Пен: Сказочные повести / Пер. с англ.; Предисл. Ю. Кагарлицкого; Оформление тома и мал. А. Кошкина. — М.: Дет. лит., 1983. — 542 с.: ил. — (Б-ка мировой лит. для детей; Т. 40).

ISBN

Текст аннотации.

УДК
ББК 84Д (4 Вл)

Стандарт не встановлює, у якому місці книги друкувати макет картки. Можна рекомендувати для неї кінцеву сторінку, де вона буде знаходитися разом із передвиpusкними й випускними даними.

Анотація. Основні правила, яким має відповідати анотація, встановлені ГОСТ 7.9-95. «Реферат и анотация. Общие требования».

Анотація потрібна практично в кожній книзі. Її завдання — стисло охарактеризувати зміст та особливості книги, зробивши основний упор на перевагах творів, що в ній друкують, на примітних рисах творчості автора. Така анотація має вплинути на купівельний вибір.

Друкувати анотацію можна на звороті титульного аркуша, на задній сторонці обкладинки, на клапані суперобкладинки.

ГОСТ 7.9-95 вимагає, щоб анотація обов'язково надавала відомості:

а) у книгах, що випускають повторно, – про те, як змінився склад авторського колективу та (або) заголовків твору;

б) у томах багатотомного видання (крім першого) – про те, яким був рік, з якого почато випуск цього видання (якщо цей рік не зазначений на контритулі у вихідних даних, що відносяться до всього багатотомного видання);

в) у перекладних виданнях – про те, до якої країни відноситься творчість автора;

г) у літературно-художніх виданнях – про те, який літературний жанр твору, до якого періоду відноситься творчість автора, основна тема й проблема твору, місце й час зображуваних подій.

Середній обсяг анотації, що рекомендується стандартом, – 500 друкованих знаків. На практиці цей обсяг установлюється, враховуючи місце, яке можна відвести під анотацію, і завдань, котрі перед нею ставлять.

Реферат. На відміну від анотації, що дає уявлення про тематичний зміст книги, реферат коротко викладає її зміст, включаючи основні положення, фактичні відомості й висновки, тобто не стільки про що книга, скільки, що саме викладається в книзі чи у творі.

Стандарт (ГОСТ 7.9-95) встановлює структуру й основні аспекти змісту реферату (тема, предмет і мета роботи, її методологія, результати, галузі застосування, висновки), вимоги до тексту (лаконічність, простота побудови фраз, стандартизована термінологія, роз'яснення нових термінів, наявність ключових слів, тільки загальноновживані скорочення й умовні позначки, власні імена мовою першоджерела, а при їхній транскрипції або транслітерації в дужках – мовою першоджерела). Середній обсяг рекомендованого реферату – 850 друкованих знаків.

У книзі текст реферату входить до складу її бібліографічного запису, що починається заголовком реферату, який найчастіше збігається із заголовком книги. Після заголовка реферату треба навести бібліографічний опис книги, текст реферату й елементи інформаційно-пошукової мови.

Загальні вимоги до випускних відомостей

ГОСТ 7.4-95 регламентує такі загальні вимоги:

а) розміщати елементи вихідних відомостей тільки на тих місцях, які встановлені для них стандартом;

б) проводити дублювання в різних місцях книги елементів в однаковій формі (без розбіжностей), крім тих випадків, коли розходження встановлене самим стандартом (повна форма імені або імені та по батькові в передвипускних даних, на відміну від форми на титульному аркуші, що визначається автором, а також інверсія – перенос повного імені або імені та по батькові за прізвище – у передвипускних даних, на відміну від прямого порядку на титульному аркуші);

в) не допускати розбіжностей у змісті й формі вихідних відомостей, спільних для томів, випусків, частин книги в кожному з них;

г) вказувати вихідні відомості мовою (мовами) видання, а на книгах, виданих не українською мовою, ще й у перекладі перед передвипускними даними мовою видання.

3.2. ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ

Зміст – додатковий текст, що містить послідовний перелік заголовків рубрик видання із зазначенням сторінок видання, на яких вони починаються (за ДСТУ 3018-95. «Видання. Поліграфічне виконання. Терміни та визначення»).

Зміст виконує три основні завдання:

1) *довідково-пошукове* – спростити й прискорити пошук основних частин книги (глав, розділів, статей, оповідань, приміток, додатків тощо);

2) *інформаційно-пояснювальне* – дати читачеві загальне уявлення про тематичний зміст книги, про структуру одного або ряду творів, про зв'язки між ними, що важливо для сприйняття тексту й для вибіркового його вивчення;

3) *рекламне* – привернути увагу читача, підсилити інтерес до перегляду книги, викликати бажання прочитати її, що особливо необхідно для книг, які ще не завоювали читача.

Така велика роль змісту дозволяє стверджувати, що без нього практично неможливо випускати жодну книгу.

При складанні змісту дотримуються певних вимог і правил, що дозволяють оптимізувати цей досить складний процес.

Реалізація найбільшої повноти змісту. Зміст, до якого ввійшла лише частина заголовків, що є в книзі, не може допомогти читачеві, коли йому потрібно знайти й прочитати дрібний параграф або матеріал на якусь вузьку тему, котра його цікавить. Замість того, щоб відразу за змістом знайти потрібні сторінки, читач змушений перегортати значну частину книги. Дрібні заголовки, які часто не вказують у змісті, – путівник по

книзі, необхідний, якщо не всім, то дуже багатьом читачам. Крім того, заголовки допомагають читачам швидко відновити в пам'яті прочитане після значної паузи в читанні. Завдяки дрібним заголовкам апарата в змісті читач швидко знаходить потрібний підрозділ з примітками, які, як правило, у зміст не включають. Це також стосується збірника творів. Дуже часто до змісту збірника вводять тільки заголовки творів, не розкриваючи їхньої внутрішньої будови, хоча це дуже незручно читачеві.

Багато книг потребують навіть більш розширеного змісту, тобто такого, до якого включені й тематичні заголовки, що всередині книги відсутні. Якщо підрозділи книги позначені лише спусковими пробілами, пробільними рядками (так звані німі заголовки), графічними заголовками (складальні або мальовані прикраси) чи взагалі не вицленовані із суцільного тексту, але становлять інтерес для читача, то бажано словесно визначити їхню тему у вигляді заголовків, що розширюють зміст у порівнянні з набором заголовків у тексті.

Порядок заголовків має відповідати виду, змісту, структурі книги й характеру її використання. Звичайно, заголовки в змісті розміщують у порядку, який повторює їхню послідовність у книзі. Переваги такої побудови змісту очевидні: за ним наочно видно, як твір і книга побудовані. Але не завжди це потрібно читачеві в першу чергу, наприклад, у тому разі, коли довідково-пошукова роль змісту набагато важливіша для читача, ніж інформаційно-пояснювальна. Так, чималою кількістю книг користуються вибірково – наводять у них довідки, читають не підряд, а в міру необхідності. Якщо порядок підрозділів (заголовків) таких книг підпорядкований системі, в якій нелегко орієнтуватися, то головне своє завдання – допомогти швидко знайти розшукуваний заголовок – зміст виконати не зможе. Тому краще у подібних випадках змінити порядок заголовків так, щоб кожен із них знайти було легко й просто. Для заголовків-прізвищ або заголовків, що починаються із прізвищ, заголовків-назв найбільше підходить алфавітний порядок.

Використання підзаголовків для повноти складу заголовків. Багато заголовків супроводжуються тематичними підзаголовками, і без них не завжди можна зрозуміти, який зміст підрозділу до якого заголовка відноситься. Зустрічаються заголовки дуже загального характеру, образні, невиразні, типові – за ними важко або неможливо зрозуміти зміст підрозділів. Іноді трапляються однакові заголовки або заголовки, що неповно характеризують тему. У всіх таких випадках бажано, щоб заголовки не відтворювалися в змісті без свого тематичного підзаголовка, а надто загальні, невиразні, образні – доповнювалися б уточнюючими словами або підзаголовками.

Складання декількох видів змісту для швидкого й зручного пошуку творів у книзі. Читачі часто користуються книгою по-різному. Наприклад, у збірнику з великою кількістю віршів багатьох поетів, згрупованих у багатьох тематичних розділах і розміщаних усередині їх хронологічно, одному може знадобитися прочитати розділ у цілому, а іншому – конкретний вірш конкретного поета. Якщо за єдиним змістом досить неважко знайти розділ, то конкретний вірш або всі вірші одного поета – зовсім непросто. Для цього немає іншого способу, як передивлятися весь зміст, що займає кілька сторінок, набраних дрібним шрифтом. Вирішити цю проблему можна в такий спосіб: розділити на зміст, що складається із заголовків розділів і доповнити його внутрішніми алфавітними покажчиками авторів або творів, що дозволить досить просто знаходити й автора, і твір, що цікавить.

Визначення правильного місця розміщення змісту в книзі. Звичайно, у вітчизняній книзі традиційне місце розміщення змісту – наприкінці її. Але витримати традицію можна не завжди. Зміст переносять на початок книги, коли дуже важливо, щоб саме з нього почалося читання, коли цього вимагає задум художника або коли кінець книги перевантажений допоміжними покажчиками й іншими елементами апарата книги.

3.3. ДОПОМІЖНІ ПОКАЖЧИКИ

Призначення й функції допоміжних покажчиків

Головне завдання допоміжних покажчиків – допомогти тим, хто використовує книгу вибірково, швидко розшукати всередині суцільного тексту та іншого матеріалу книги відомості, які їх цікавлять, а не читати всю книгу або значну її частину.

Таким чином, на відміну від змісту, що призначений орієнтувати читача в рубрикованих частинах книги (твори, розділи, глави, параграфи й т. п.), покажчик – це пошуковий апарат, путівник по відносно дрібних елементах змісту книги, які можуть бути об'єктом читацького пошуку.

Навіть у тому разі, коли покажчик дублює зміст, тобто включає як заголовки рубрик дрібні заголовки твору, навіть тоді він перевершує зміст як пошуковий апарат. По-перше, тому що знайти заголовок за алфавітом (а покажчик найчастіше складають за алфавітом) простіше й швидше, ніж у змісті, побудованому, як правило, систематично. По-друге, тому що заголовок у змісті відсилає тільки до сторінок тексту, з яких він починається, а заголовок рубрики в покажчику адресує

й до інших сторінок книги, де так чи інакше згадується тема цього підрозділу. Нарешті, щоб знайти всередині підрозділу сторінки з відомостями про об'єкт пошуку, потрібно цей підрозділ прочитати, у той час як покажчик відразу вкаже ці сторінки.

Покажчик перетворює книгу на своєрідний словник. Рубрика покажчика – це комплекс всіх відомостей про об'єкт пошуку (насамперед про його назву й адресні посилання).

Допоміжний покажчик виконує дві основні функції:

- 1) довідково-пошукову – допомагає швидко знаходити в книзі відомості щодо предмета, який цікавить читача;
- 2) довідково-орієнтовну – повідомляє, про які предмети, особи, дати й т.п. можна знайти інформацію у певній книзі.

Загалом покажчики зберігають багато читацького часу.

У яких же книгах не можна обійтися без покажчиків?

Практично це книги, текст яких буде використовуватися читачами вибірково – для довідок, добору матеріалів про особу, предмет і т.ін. Вирішальним є не обсяг книги, а спосіб читання й роботи із книгою, а також особливості її змісту. Звичайно ж, коли книга через свій обсяг не піддається швидкому перегляду, це підсилює потребу в покажчику.

Дуже цікавими прикладами в такому разі є видання дитячих енциклопедій, які випускаються з невеликим обсягом сторінок (52–88 с.), але при цьому вони, звичайно, забезпечуються покажчиками предметів, тем, імен, дат тощо. Усе зроблено для того, щоб дитині було зручно й цікаво користуватися цими книгами.

Отже, якщо книга буде використовуватися для довідкових цілей, для вибіркового читання, а за її змістом не можна домогтися цього швидко й просто, покажчик потрібен обов'язково.

Види покажчиків, основні вимоги до них

Основна ознака, за якою покажчики поділяють на види, це об'єкт пошуку.

У залежності від об'єкту пошуку розрізняють такі покажчики:

- 1) предметні (предмет – це відображена у слові або словосполученні річ, подія, факт, їхні властивості або показники якості);
- 2) тематичні (тема відрізняється від предмета більшою широтою охоплення матеріалу);
- 3) імен (осіб, персонажів, міфологічних істот);
- 4) назв (географічних, установ, рослин, тварин, заголовків видань і творів і т.ін.);
- 5) нетекстових елементів книги (ілюстрацій, таблиць, діаграм тощо);
- 6) елементів тексту, які виділяються (документів, цитат, символів, формул і т.ін.).

Це перелік покажчиків лише основних об'єктів. Він може поповнюватися залежно від характеру тексту, розмаїтості його елементів і запитів читачів.

Кожен із перерахованих покажчиків може розрізнятися за такими якостями:

– за кількістю об'єктів пошуку: один об'єкт – однооб'єктний покажчик, декілька – змішаний, або поєднаний;

– за принципом розміщення рубрик: за алфавітом заголовків – алфавітні; за ієрархією значеннєвих відносин – систематичні; за хронологією – хронологічні; за номерами – нумераційні;

– за складом та структурою рубрик: із рубрик із заголовками без уточнюючих підзаголовків і підрубрик – глухі; з уточнюючими підзаголовками – доповнені; з поясненнями змісту об'єктів пошуку – анотовані; з'єднані з коментарями й примітками, що відносяться до певного об'єкта – коментовані; з рубрик широкого значення, що збирають більш вузькі рубрики в об'єднання підлеглих підрубрик, – аналітичні;

– за способом аналізу матеріалу книги: складені на основі будь-якого прямого згадування об'єкта пошуку – формальні; ті, що відображають об'єкт пошуку лише в тому разі, коли фрагмент тексту містить відомості про нього, значущі для читача, незалежно від того, чи називається об'єкт прямо або лише мається на увазі, – змістовні;

– за ступенем охоплення матеріалу книги: ті, що відображають весь її матеріал – всеохоплюючі; ті, що відображають тільки частину її матеріалу, наприклад тільки основний текст, – неповноохоплюючі;

– за ступенем деталізації об'єктів пошуку: із дрібними об'єктами пошуку – докладні; з основними, великими об'єктами пошуку – узагальнені, або короткі;

– за повнотою представлення об'єктів пошуку: ті, що відображають їх повністю, у всіх аспектах, із усіх боків – повні, або багатоаспектні; ті, що відображають лише з однієї або декількох сторін, які найбільш значущі для читача за призначенням видання й переважним характером його використання, – одноаспектні.

Видавцеві треба вибрати такий вид покажчика, що відповідав би запитам читачів і був наділений такими якостями, які максимально полегшували б та прискорювали пошук. Зробити це можна, якщо подумки поставити себе на місце читача, намагаючись уявити собі, заради чого він узяв книгу й що буде в ній шукати, і відтворити сам процес пошуку.

Немає точних вказівок для того, щоб визначити якості покажчика, тобто встановити, чи зробити його одно- або багатооб'єктним, алфавітним або систематичним тощо. Однак вибрати між декількома однооб'єктними й одним багатооб'єктним можна, якщо керуватися кількома критеріями.

Перший – *швидкість пошуку рубрик*. Зрозуміло, що чим більший обсяг покажчика, тим більший час пошуку в ньому окремої рубрики. Тому змішаний покажчик починає програвати роздільним однооб'єктним, коли пошук рубрик за одним із них вимагає менше часу, ніж пошук за змішаним покажчиком великого обсягу.

Другий – *імовірність пошуку якоюсь групою читачів тільки одного з об'єктів*. Чим більша така ймовірність, тим зручніші для читачів роздільні покажчики: вони звертаються тільки до одного з об'єктів, і це прискорює пошук.

Третій – *імовірність використання книги різними групами читачів*. Якщо вона велика, то переважніше використовувати кілька однооб'єктних покажчиків.

Четвертий – *не дублювати рубрики при роздільних покажчиках*, якщо це веде до нераціонального збільшення загального обсягу покажчиків. Так, складати покажчик заголовків окремо від покажчика імен нерозумно, коли це заголовок творів тих же осіб. Тоді у двох покажчиках ці імена повторюються.

П'ятий – *підготовка читача*. Об'єднання об'єктів у змішаний покажчик, у якому рубрики – теми, а підрубрики – предмети, або рубрики – імена, а підрубрики – предмети, полегшує малопідготовленому читачеві пошук предметів за темами або іменами.

Алфавітний або побудований по-іншому покажчик вибирають, відповідно до того, який із них дає можливість швидше розшукати об'єкти пошуку. Звідси перевага алфавітних покажчиків. Систематичний вибирають лише при алфавітній побудові матеріалу в основному тексті книги (наприклад, в енциклопедичних словниках); хронологічний – у книгах з історії як додатковий до іменного, що спрощує пошук опису подій за датою; нумераційний – коли пошук об'єктів доводиться вести за номерами (наприклад, покажчик стандартів).

Вибір між глухим та аналітичним покажчиком обумовлюється кількістю посилань до одного заголовка й ступенем знайомства більшої частини читачів з назвами предметів: глухий, – якщо кількість адресних посилань у кожного заголовка невелика й назви розшукуваних об'єктів добре відомі читачеві; аналітичний, – якщо в деяких заголовках дуже багато адресних посилань, що робить розшук конкретних відомостей

про предмет або ім'я надзвичайно втомлюючим, і краще розподілити адресні посилання за групами відомостей (творами, етапами творчості особи, сторонами предмета тощо). Коли в заголовку рубрики 400–500 посилань, як, наприклад, у деяких імен в енциклопедичних багатотомних виданнях, пошук відомостей, що цікавлять читача, навряд чи практично можна здійснити. Об'єднання рубрик у групи зручне й тоді, коли читач розшукує відомості про предмет, поняття, точну назву якого він не пам'ятає або не знає, а знає тільки значення більш широкого поняття. Наприклад, він хоче прочитати про безфарбове тиснення на палітурці, але не пам'ятає, що воно називається блинтове. Тому йому легше знайти в покажчику рубрику «Тиснення» з підрубриками, одна з яких буде «Блинтове, безфарбове». Анотований покажчик бажаний у тих випадках, коли в тексті немає уточнюючих відомостей (дат, визначень і т.п.), коментований, – коли коментарів багато і їх простіше шукати через покажчик, ніж за знаком винесення.

Формальний покажчик поступається вміло складеному змістовному тому, що змушує відкривати зайві сторінки, де особа або предмет тільки згадуються, але ніякої більш-менш істотної інформації не містять. Зате формальний покажчик скласти простіше, це при дефіциті часу дуже важливо.

Основні вимоги до покажчиків.

Перша вимога — *максимальна повнота відтворення в покажчику змісту книги*. Якщо в покажчику пропущені предмети, відомості про які надруковані в книзі, то покажчик представляє зміст книги неповно і читач може не довідатися про щось важливе.

Друга вимога – *легкий пошук у заголовках покажчика*, що стоїть, головним чином, предметного покажчика із заголовками з декількох слів. Іноді, для зручності використання покажчика, вдаються до інверсії, коли на перше місце ставлять слово, за яким найбільш імовірний пошук. Наприклад: замість «друкарський папір», краще «папір друкарський». Але «запам'ятовувальний пристрій», а не «пристрій запам'ятовувальний», оскільки при інверсії на перше місце потрапляє слово занадто загальне.

Третя вимога – *послідовність рішень у побудові покажчика*. Якщо одні предмети групують, а інші, аналогічні, розкидають по всьому покажчику у вигляді окремих рубрик, читач буде витрачати зайвий час на пошук, не знаючи, чим же йому керуватися в кожному випадку.

Четверта вимога – *точність адресних посилань*, без якої покажчик не прискорює, а сповільнює пошук або зовсім не виконує свого завдання. Причини таких помилок – випадкові описки або складання покажчи-

ка до остаточної верстки видання, що не враховується технічним редактором.

П'ята вимога – *суворе дотримання алфавітного порядку*, тому що його порушення призводить до того, що читач, не знайшовши заголовка на тому місці, де він повинен бути за алфавітом, робить висновок, що в книзі немає інформації про предмет або ім'я. Помилки такого роду майже неминучі, якщо не перевіряти алфавітний порядок спеціально.

Шоста вимога – *розміщення на початку покажчика попередження для читача з поясненням принципів, за якими він складений*, щоб читачеві не доводилося самому визначати їх: який прийнятий алфавітний порядок – слово за словом (тобто спочатку по літерах перших слів, потім других і т.д.) або літера за літерою (тобто по літерах всіх слів); за якими критеріями відбиралися або групувалися імена й предмети; як охоплено матеріал книги тощо.

На закінчення необхідно сказати, що скласти покажчик зовсім не так просто, як здається на перший погляд. Це вимагає копіткої, ретельної праці, спеціальних знань і навичок, тож доручати складання треба тільки добре підготовленим для цього працівникам.

3.4. КОЛОНТИТУЛИ

Відповідно до ДСТУ 3018-95, **колонтикул** – це заголовкові дані видання, розташовані на верхньому полі кожної сторінки. Тобто колонтикул – це довідковий рядок над текстом сторінки, що визначає зміст сторінки: який твір якого автора на ній надрукований у збірнику; який параграф якого розділу – у моновиданні; яка стаття або які статті – у словнику; про яку подію, предмет, особу йдеться – у мемуарах тощо.

Цей стандарт вводить ще два поняття: **колонлінійка** – лінійка, що відокремлює колонтикул від тексту та **колонцифра** – порядковий номер сторінки видання, розташований угорі або внизу сторінки. Ці допоміжні елементи використовуються разом з колонтитилом для зручності й наочності його представлення.

Призначення колонтитулів

Корисність колонтитулів безсумнівна. По ходу читання нерідко хочеться відновити в пам'яті ім'я автора, заголовок статті, заголовок розділу або параграфа. Якщо є колонтикул – досить глянути на нього, практично не відриваючись від читання. У разі відсутності колонтитулу необхідно перегортати книгу назад або заглядати в зміст, відриваючись від читання.

За колонтитилом зручно розшукувати статтю у словнику, твір у збірнику або главу в моновиданні. Колонтитили бажані у збірниках статей, у складних за структурою й співпідпорядкованістю заголовках довідника. Вони обов'язкові у словниках, де пошук ведеться за алфавітом заголовків, оскільки колонтитили його значно прискорюють. У виданнях творів із заголовками підрозділів нумераційними (I, II, III), німими (пробільними рядками) або графічними елементами, колонтитили полегшують розуміння тексту та спрощують пошук потрібного матеріалу.

Колонтикул, що відображає зміст тексту сторінки, дозволяє читачеві швидко знаходити фрагмент на конкретну тему, не переглядаючи текст і не вчитуючись у нього.

Правильно складені колонтитили є доброю підмогою під час ознайомлюваного перегляду книги.

На жаль, колонтитили застосовуються рідше, ніж хотілося б читачам. Пояснюється це тим, що при розміщенні верхнього колонтитула зменшується площа шпальти під текст принаймні на два рядки. Це часто й зупиняє видавця.

Щоб уникнути втрат площі, можна використовувати нижній колонтикул. Він розміщується на рядку з колонцифрою (номером сторінки), який знаходиться за межами шпальти набору, тобто загальна площа не зменшується. Можна розміщати колонтикул тільки на одній сторінці розвороту, що зменшить втрати вдвічі. Нарешті, колонтикул може бути розміщений тільки на частині сторінок книги. Наприклад, у книгах з об'ємними затекстовими примітками й коментарями, пронумерованими по розділах або творах, колонтикул потрібен саме над сторінками приміток (коментарів), щоб, розкриваючи навімання ці сторінки, знати до якого розділу або якого твору відносяться надруковані на них номери, а над основним текстом колонтитили можуть бути й не обов'язковими.

Недоцільний у книзі постійний (мертвий) колонтикул (однаковий на всіх сторінках або розворотах). Він практично не має ніякого функціонального навантаження: кожен читач пам'ятає, яку книгу він читає й кому вона належить. Втрата паперу через мертві колонтитили нічим не виправдана.

Види колонтитулів

Розрізняють такі види змінних колонтитулів (постійний ми не розглядаємо, як недоречний):

– за об'єктами на сторінці, що є основою для створення колонтитула:

а) рубрикаційний – в основі лежить заголовок підрозділу, текст якого розміщений на сторінці;

б) текстовий – в основі лежить зміст тексту сторінки, коли він не розділений заголовками або ж розділений заголовками нумераційними, німими чи графічними, тобто такими, що не визначають тему підрозділів;

– за принципом зміни одного колонтитула іншим:

а) переривчастий – змінюється тільки з початком нового підрозділу;

б) змінний – змінюються з кожною новою сторінкою або навіть новим стовпчиком.

Серед переривчастих рубрикаційних, у свою чергу, розрізняються:

1) колонтитули одноступеневі – у колонтитул винесені заголовки тільки одного ступеня, тобто однієї значущості; наприклад, тільки розділів або тільки параграфів;

2) дво- і триступеневі – колонтитули лівої сторінки розвороту одного ступеня, а правої – іншого, підпорядкованого йому; наприклад, ліворуч заголовки розділів, праворуч – параграфів і підпараграфів.

Види колонтитулів за їхніми зовнішніми особливостями:

– за місцем на розвороті – лівий (на лівій шпальті розвороту) і правий (на правій шпальті розвороту);

– за місцем на шпальті набору – верхній (над текстом); бічний (на бічному зовнішньому полі); нижній (у рядку з нижньою колонцифрою).

Вибір виду колонтитула залежить від особливостей твору й книги, а також завдань самого колонтитула.

Якщо заголовки в книзі змінюються на кожній сторінці й це довідкове видання (наприклад словник), де колонтитул має бути основним інструментом пошуку, вибір падає на змінний рубрикаційний колонтитул.

Якщо в книзі параграфи змінюються через кілька сторінок, а розділи – ще рідше, але книга використовується як довідкова, вибирають переривчастий рубрикаційний двоступеневий колонтитул.

Якщо в книзі (наприклад мемуарах) суцільний текст часто переривається лише німими заголовками, то краще використовувати текстовий змінний колонтитул, що інформує про зміст кожної сторінки.

Основні вимоги до колонтитулів

Від колонтитулів потрібно, щоб вони:

1. Коротко, але чітко виражали зміст підрозділу, до якого відноситься сторінка, або зміст самої сторінки. Тому рубрикаційні колонтитули можуть бути коротшими, ніж заголовок, на основі якого вони сформо-

вані. І скорочувати їх потрібно за змістом, а також з урахуванням змісту основних заголовків на сусідньому, лівому колонтитулі;

2. Змінювалися на правій сторінці не частіше, ніж через 2-3 сторінки і не рідше, ніж через 8–10 сторінок. Інакше їхня орієнтуюча роль знизиться: або вони відіб'ють не всі рубрики, або відіб'ють ті, які недостатньо конкретні;

3. Містили в собі не тільки тематичну частину заголовків, а й нумераційну, оскільки посилання в книзі найчастіше робляться на нумерацію заголовків, і їх відсутність у колонтитулі не буде допомагати пошуку відповідного посилання на підрозділ. Якщо ж у колонтитулі значиться тільки номер заголовка, то читач втрачає можливість зіставляти зміст сторінки з темою підрозділу, до якого вона входить, і вести за колонтитулом тематичний пошук.

Докладніше про колонтитули див.: Дорош А. К., Ткаченко В. П., Челомбітько В. Ф. Обробка текстової інформації у видавничих системах. Частина 1. Теоретичні основи обробки текстової інформації: Навч. посіб. – Х.: Компанія СМІТ, 2007. – 308 с.

3.5. СПИСКИ Й ПОКАЖЧИКИ ІЛЮСТРАЦІЙ

Списки або покажчики ілюстрацій потрібні читачам з декількох причин.

1. Вони в концентрованому вигляді дають уявлення про склад і зміст зображень, поміщених у книзі.

2. Служать для читачів засобом вибіркового пошуку: допомагають швидко довідатися, чи надруковане в книзі те чи інше зображення або їхній комплекс, і якщо надруковане, то де саме, на якій сторінці.

3. Рятують читачів від втрати часу, коли при читанні їм треба глянути на ілюстрацію, що віддалена від тексту видання.

4. У них легко включати детальну характеристику зображень, для якої може не бути місця ні в тексті, ні в підписах до ілюстрацій: про час створення картини, про те, де вона зберігається (місто, музей), якою вона розміру, якою технікою виконана й т. п., а також словесний коментар до зображення, коли в тексті він порушив би хід викладу.

Таким чином, список (покажчик) ілюстрацій виконує три основні функції:

1) *підготовчо-орієнтовну* – знайомить попередньо зі складом, змістом і місцем у книзі ілюстрацій;

2) *інформаційно-пояснювальну* – сповіщає про теми, зміст і кількість ілюстрацій, подає довідкові відомості про них;

3) *довідково-пошукову* – допомагає читачеві швидко довідатися, де, на якій сторінці розміщена в книзі розшукувана ілюстрація.

Незважаючи на те, що користь для читача від списку (покажчика) ілюстрацій безсумнівна, він далеко не завжди друкується в книгах. Так, дуже рідко його можна побачити в історичних книгах, не завжди він використовується навіть у книгах з образотворчого мистецтва. Спрацьовує або сила традиції, або помилкове уявлення, що список (покажчик) ілюстрацій необхідний тільки для наукової книги, у той час як він потрібен і читачеві науково-популярної книги, й іноді навіть художньої. Але навіть тоді, коли список ілюстрацій є, він не завжди здатний ефективно виконати своє призначення.

По-перше, нерідко є списки без адресних посилань, що робить пошук зовсім неможливим. При публікації ілюстрацій на вкладках або накидах, сторінки яких зазвичай не нумеруються, посилання ускладнюється. Цей факт теж необхідно враховувати при складанні списку ілюстрацій (наприклад, пронумерувати сторінки римськими цифрами, а номери ілюстрацій – арабськими).

По-друге, найчастіше списки ілюстрацій складають у тому ж порядку, в якому розміщені самі ілюстрації всередині книги. При небагатьох ілюстраціях це не має значення. Але якщо кількість ілюстрацій зростає, пошук потрібної з них сповільниться, адже доведеться переглядати весь список або значну його частину. В такому разі список ілюстрацій краще перетворити на їх покажчик, тобто розмістити його рубрики в такий спосіб, що дозволяло б читачеві в найкоротший строк отримувати довідки.

У книзі або альбомі з образотворчого мистецтва з репродукціями картин багатьох художників покажчик ілюстрацій найкраще складати за алфавітом прізвищ художників, а всередині кожної такої рубрики – за алфавітом назв відтворених картин, супроводжуючи кожну назву посиланням на номер ілюстрації й сторінку видання. Знайти за алфавітом прізвище художника, а потім назву картини простіше, ніж переглядати іноді кілька сторінок списку, шукаючи потрібне ім'я та назву.

В історичній книзі з багатьма ілюстраціями їх покажчик можна скласти тематично (наприклад, ілюстрації присвячені одній території, потім другій, третій) або за жанрами зображень (портрети того, кому присвячена книга, портрети його рідних, його автографи, малюнки, зовнішній вигляд видань його творів і т. п.). У книзі про творчість одного художника підійде тематичний покажчик ілюстрацій: автопортрети, портрети, натюрморти, інтер'єри, пейзажі тощо.

При невеликій кількості ілюстрацій їхні теми можуть бути відтворені в предметному або іменному покажчику. Для цього до номерів сторінок, де надрукована ілюстрація із зображенням предмета або особи, додається індекс *ил*. Покажчик імен або предметів нібито вбирає в себе покажчик ілюстрацій.

3.6. ПЕРЕДМОВА, ВСТУПНА СТАТТЯ, ПІСЛЯМОВА

Передмова. Ця частина призначена для полегшення сприйняття змісту книги. За визначенням ДСТУ 3018-95 «Передмова – це додатковий текст, що готує до засвоєння основного тексту та розміщений перед ним».

Передмова найчастіше містить матеріали про:

- а) значення теми книги;
- б) особливості змісту й форми твору або видання;
- в) джерела твору;
- г) принципи відбору матеріалу;
- д) принципи побудови твору й книги;
- ж) не вирішені й неосвітлені проблеми та теми (щоб читач не розраховував на те, чого в книзі немає);
- з) відмінності від книг на ту ж або близьку теми.

Передмову не слід плутати зі вступом – вступною частиною твору автора, де починає розкриватися його тема. Тобто передмова, на відміну від вступу, є службовою, допоміжною частиною, тобто частиною апарата книги.

Вступна стаття. Це по суті відносно самостійний твір, у якому широко трактується творчість автора або його твір заради того, щоб допомогти читачеві краще сприйняти зміст книги, розібратися в її складностях, познайомитися з її історією, читацькою долею й оцінками. Вступна стаття особливо необхідна в книгах складних, у змісті яких нелегко розібратися без додаткових відомостей, а також у тих, що тлумачаться дуже по-різному.

Післямова. За метою вона дуже близька до вступної статті й відрізняється від неї тим, що поміщається після тексту книги. Тобто, післямова – це додатковий текст, що допомагає осмислити викладене в основному тексті та розміщений за ним (ДСТУ 3018-95).

3.7. ПРИМІТКИ Й КОМЕНТАРІ

Примітки й коментарі – це пояснення або доповнення до основного тексту, коли він може бути незрозумілим для читача в повному обсязі або зрозумілим неправильно. Примітки й коментарі також використовуються, коли в основному тексті немає можливості або потреби помістити який-небудь матеріал. Різниця між цими термінами головним чином та, що примітка – це коротка довідка до слова (слів), а коментарі – тлумачення тексту твору в цілому або його фрагментів із тієї або іншої сторони (історико-літературної, текстологічної, видавничої тощо).

За належністю до того, хто їх написав, коментарі й примітки можуть бути авторськими і видавничими (тобто підготовленими самим видавництвом або на його замовлення).

За місцем розміщення примітки й коментарі можуть бути внутрішньо-текстовими (поміщеними між рядками основного тексту, але виділеними з нього шрифтом і заголовками: «Примітка», «Примітки»); підрядковими (під основним текстом, внизу шпальти); затекстовими (наприкінці книги або твору, після основного тексту). Підрядкову примітку нерідко називають виноскою, але виноска – більш широкий термін: ним позначають будь-який службовий текст, розміщений внизу шпальти, – бібліографічне посилання, переклад іншомовного тексту, примітка.

Для ефективного використання вищеназваних елементів до них ставляться ряд вимог.

Вимоги до змісту

Перша така вимога – *текст треба пояснювати й тлумачити не загальнодовідково, а так, щоб він був точно зрозумілим у контексті.*

Друга вимога – *фактична точність.*

Третя вимога, додаткова до першої, – *повнота довідки або тлумачення.*

Четверта вимога – *єдність підходу до відбору й висвітлення текстових уривків.* Погано, коли одне місце пояснюється, а інше, дуже схоже, пояснення не має.

Нарешті, п'ята вимога – *необхідність пояснювати в тексті класичного твору всі місця, які сучасний читач не зможе зрозуміти тільки з контексту, навіть якщо він звернеться до довідкових видань.*

Перераховані вище вимоги до приміток і коментарів можуть стати основою для умов видавничого договору з авторами, якоюсь гарантією для того, щоб подані видавництву примітки й коментарі були задовільної якості.

Технічні вимоги

Головна з них – раціональність системи приміток, їхнього місця й форми зв'язку з текстом. Чим менша перерва в читанні для знайомства із приміткою (коментарем), тим система краща. Чим вільніший читач у виборі – читати чи не читати конкретну примітку, – тим система для нього зручніша, адже підготовка різних читачів не однакова. Саме тому будь-яка наскрізна нумерація приміток переважніша перед нумерацією у межах кожного твору або кожного розділу. Вона прискорює пошук. Тому знаки виносень різні для різних за змістом груп затекстових приміток (цифровий номер, цифровий номер з косою рисою (1/) або закриваючою дужкою ⁽¹⁾ тощо) кращі за однакові знаки для всіх затекстових приміток, оскільки, знаючи чому присвячена кожна група приміток, легше визначити, чи варто відриватися від читання, чи робити

це необов'язково. Тому словникова форма приміток (в алфавітному порядку) дуже зручна: і розшукати примітку легко, і звертатися до словника читач буде тільки тоді, коли йому знадобляться пояснення.

Як показує практика, зручна для читача система зв'язку, при якій у тексті знаків виносень або взагалі немає, або це зірочки на верхній лінії набору (текст*), а в затекстових примітках першим стоїть заголовок – номер сторінки основного тексту – До с. 250 або С. 250, за ним – пояснюючий фрагмент основного тексту (слово або словосполучення) і, нарешті, сама примітка чи коментар. У цьому разі, розкриваючи книгу навімання наприкінці, читач швидко розшукає примітку за заголовком – номером сторінки й цитатою з основного тексту. Зірочки в тексті потрібні, коли видавець вважає, що читачі можуть без них пропустити примітку.

3.8. БІБЛІОГРАФІЧНИЙ АПАРАТ

У бібліографічний апарат входять бібліографічні посилання – описи джерел цитат, запозичень, згадуваної та рекомендованої літератури; прикнижкові бібліографічні списки й покажчики – тематично відібрані описи джерел, пов'язані з текстом.

Бібліографічний апарат виконує два завдання:

1) *довідкове* – дає можливість читачам знайти джерела цитат, запозичень, які обговорюються автором у тексті роботи;

2) *інформаційне* – знайомить читача з літературою на тему книги, рекомендує йому літературу для поглибленого вивчення розглянутої в книзі теми або проблеми, відсилає читача до робіт, які освітлюють питання, що описуються в книзі, більш повно й докладно, популярно або науково.

У літературно-художніх книгах бібліографічний апарат необхідний, у першу чергу, для вступних статей і коментарів, де важко обійтися без бібліографічних посилань. У таких творах бажаний і список рекомендованої літератури про життя й творчість автора. Обсяг списку залежить від читацької адреси книги: короткий – для масового читача, повний – для фахівця.

У наукових і виробничих книгах є обов'язкові посилання на джерела цитат і, як правило, необхідний список літератури за темою твору, але не всієї використаної, що містить багато зайвих для читача робіт, а тієї, котра становить активний фонд для вивчення теми.

Науково-популярні й навчальні книги без рекомендаційних списків літератури не можуть повною мірою виконати свою освітню функцію.

Бібліографічний опис у посиланнях і списках (показчиках) має складатися за правилами, установленими бібліографічними стандартами, описаними у розділі 1. Їхнє основне призначення – уникнути труднощів при розшуку публікацій, домогтися однаковості описів, наблизити їх до прийнятих у міжнародній практиці. Познайомитися із цими правилами можна у виданнях, присвячених цій тематиці (див. список рекомендованої літератури).

3.9. РОЗМІЩЕННЯ В КНИЗІ КОМПОНЕНТІВ АПАРАТА

Компоненти апарата можуть розміщатися перед основним текстом (передтекстовий апарат), знаходитися всередині нього (внутрішньотекстовий апарат), іти за ним (затекстовий апарат). Причому до кожного такого апарата в багатьох випадках входить декілька компонентів, і видавцеві доводиться замислюватися над тим, як, у якій послідовності їх розмістити і якими принципами при цьому керуватися. Ускладнюється подібне завдання, по-перше, тим, що нерідко компоненти апарата знаходяться поруч і перемежуються з компонентами додаткового тексту (додатка, варіанти, редакції), а по-друге, у збірниках затекстовий апарат розділяється інколи на затекстовий апарат творів (після тексту кожного) або на затекстовий апарат видання в цілому (після основного тексту всіх творів).

Відносно простий порядок компонентів *передтекстового* апарата, що використовується на практиці, такий:

- 1) передмова видавництва;
- 2) список скорочень та умовних позначок (якщо його немає можливості надрукувати на форзаці);
- 3) передмова редактора (редакції);
- 4) вступна стаття;
- 5) передмова автора до видання в перекладі;
- 6) передмова автора до останнього оригінального видання;
- 7) передмови автора до попередніх оригінальних видань у порядку зворотному номерам видання (наприклад, передмова автора до 3-го видання, передмова автора до 2-го видання, передмова автора до 1-го видання);
- 8) присвята (компонент не апарата, а особливий елемент основного тексту або додатковий до нього);
- 9) епіграф (компонент основного тексту).

Таке розміщення засноване на двох принципах:

– охоплення матеріалу видання: чим більше охоплення, тим ближче до початку (титального аркуша) місце елемента (тому, наприклад,

передмова видавництва випереджає вступну статтю, а передмова автора до перекладу – його передмову до оригінального видання);

– ступінь зв'язку компонента з основним текстом: чим цей зв'язок сильніший, тим ближче до основного тексту треба його розмістити й, навпаки, чим зв'язок слабший, тим далі від основного тексту й ближче до титульного аркуша треба знайти йому місце (тому, наприклад, передмова редактора випереджає передмову автора).

Усередині основного тексту (найчастіше внизу шпальти) прийнято розміщати примітки автора й переклади іншомовних текстів, бо зручніше, коли вони під рукою.

У збірниках, з погляду функціональної зручності, затекстовий апарат кожного твору краще розміщувати після його тексту (тобто всередині книги) тільки в тих випадках, коли ці твори малі за обсягом – займають сторінку-півтори – і специфічні за змістом та формою. Такі, наприклад, листи в деяких епістолярних збірниках або документи – у документальних. Ознайомитися із примітками або бібліографічними посиланнями, заверстаними практично на одній сторінці з текстом листа або документа, набагато зручніше, ніж розшукувати їх у кінці книги: досить або перевести погляд у кінець листа, або перегорнути одну сторінку.

Що стосується *затекстового* апарата всієї книги (наприкінці її), то на практиці переважають два підходи до побудови його компонентів, часом досить численних.

Перший підхід – чим сильніший зв'язок компонента з основним текстом, тим ближче до останнього його слід розміщувати.

Другий підхід – чим частіше читач змушений звертатися по ходу читання до компонента затекстового апарата, тим доцільніше розміщати його ближче до кінця книги, де його легше знайти.

Більшого поширення отримала композиція книги, заснована на першому підході.

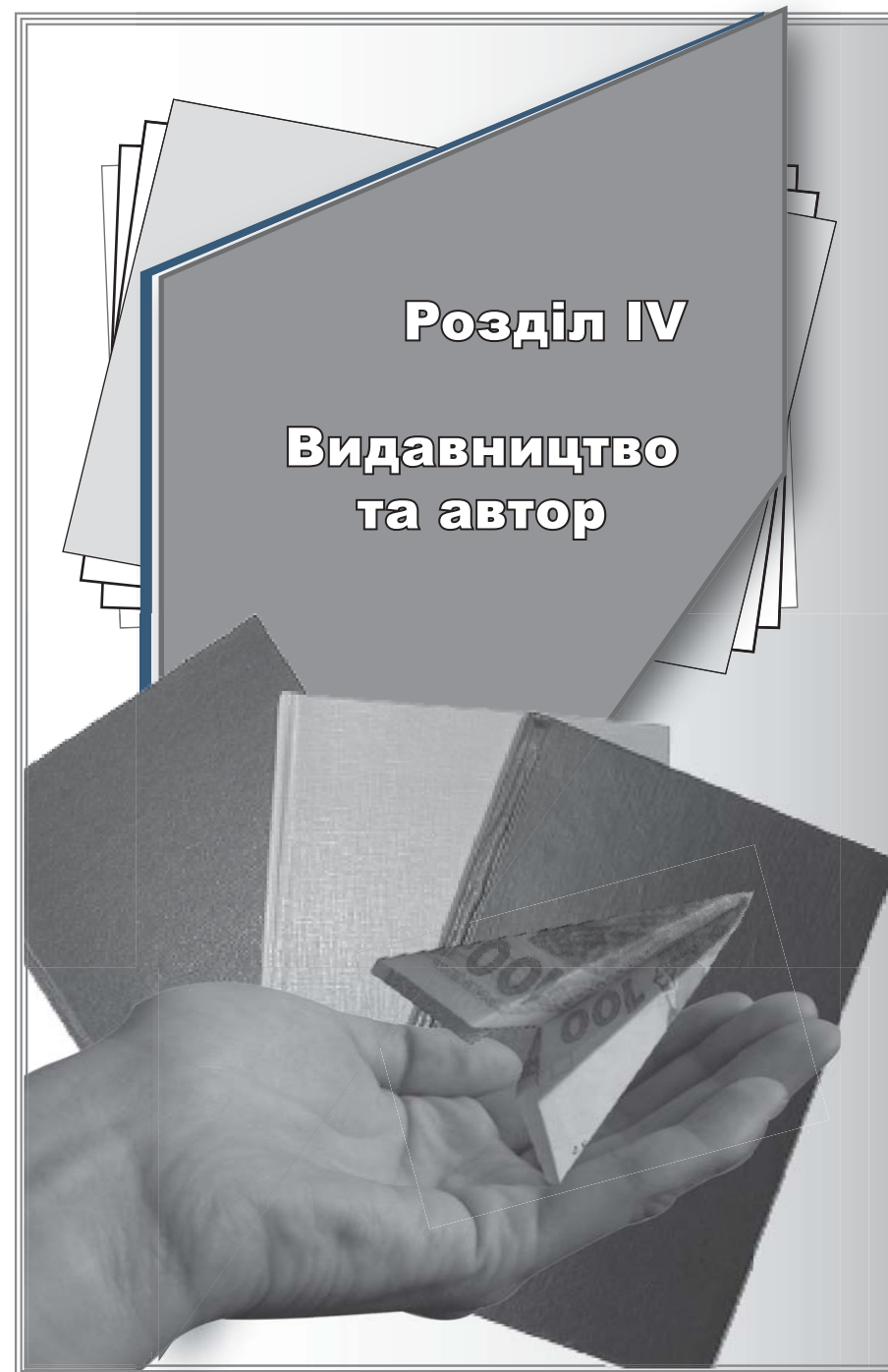
При невеликій кількості компонентів затекстової частини принцип, що виходить із частоти звертання, керуються частіше, ніж іншим (за ступенем зв'язку). Однак не варто занадто ускладнювати побудову затекстових компонентів, бо в такому разі робота із книгою також ускладнюється. Отже, оптимальні принципи побудови затекстової частини книги такі:

- 1) Чим частіше читач змушений звертатися по ходу читання основного тексту до затекстового компонента (наприклад, до затекстових

приміток), тим бажаніше розміщати цей компонент ближче до кінця книги.

2) При приблизно рівній частоті звертання вирішальним є обсяг компонента: чим він менший, тим доцільніше розміщати його ближче до кінця, де його простіше розшукати.

3) Компоненти, до яких звертаються не по ходу читання, а переважно окремо, спеціально (наприклад, додатки, внутрішній книжковий бібліографічний покажчик, тобто такий, котрий не пов'язаний з основним текстом), бажано розміщувати до компонентів, які використовуються по ходу читання основного тексту, і чим зв'язок з ним сильніший, тим ближче до цього тексту. Так, післямову краще ставити раніше довідкових додатків, до яких читач буде звертатися частіше, ніж до післямови.



4.1. ВИДАВНИЧИЙ ПОРТФЕЛЬ

Як і будь-якого товаровиробника, професійного книговидавця відрізняють глибоке знання минулого й теперішнього стану того сегмента ринку, де він функціонує, а також уміння прогнозувати його розвиток. Останнє важливе не тільки з огляду постійного спостереження за перерозподілом споживчого попиту, а й під час моделювання кількості продажів видань для запропонованого до публікації рукопису. Якщо ж книга є замовленою (тобто пишеться на завдання редакції) і термін підготовки її до видання досить тривалий, то й моделювання такої книги набагато ускладнюється, оскільки видавець повинен уявити собі динаміку її реалізації у віддаленому на кілька років непередбаченому майбутньому.

Будь-яких наукових, формально алгоритмізованих методів моделювання поведінки товару на книжковому ринку, як і динаміки розвитку останнього (іншими словами, процедур маркетингових досліджень), не існує. Тому видавцеві, звичайно, доводиться покладатися на власний досвід та інтуїцію. У повсякденній практиці найчастіше використовують метод аналогій. Сутність його зводиться до відбору серед товарів, що вже є у продажу, такого, який має найбільш близькі споживчі властивості до досліджуваного. Ринкова доля таких аналогів власне й служить найбільш вагомим аргументом на користь схвалення або повернення рукопису автору. Але все ж таки, підкреслимо зайвий раз, – суб'єктивна думка видавця, що спирається на інтуїцію, є вирішальною.

Безпрограшні видання

На практиці, видавець приймає позитивні рішення досить упевнено, «не довго думаючи». Пов'язане це, як правило, із книгами, поява яких очікується читачем. Це не означає, що про такі публікації всі повинні бути заздалегідь повідомлені. У першу чергу, вважається легко прогнозованим підвищений попит у момент появи товару на полицях книжкових магазинів.

Перелічимо типи книжкових видань, друкування яких є безпрограшним:

- ✓ твори, екранізації яких демонструвалися на телебаченні або мають «касові» кіноверсії;
- ✓ твори популярних поетів, письменників, учених, державних діячів, у тому числі загальновідома вітчизняна і зарубіжна класика;
- ✓ чергові томи зібрань творів або серій, що вже успішно продаються;
- ✓ популярна література з питань життєзабезпечення людини (домашня медицина, підручники з вивчення іноземних мов, ведення домашнього і присадибного господарства тощо);

✓ художні твори тих жанрів, що традиційно користуються стійким читацьким попитом (фентезі, детективи, еротика, історичні романи тощо);

✓ наукові праці (найчастіше це стосується гуманітарних дисциплін), у першу чергу відомих авторів, цікаві не тільки фахівцям, а й широкому загалу населення; сюди ж відносять різні енциклопедії та довідники;

✓ підручники, навчальні посібники й інша література для школярів і студентів популярних спеціальностей, видання для професійної підготовки (книги економічної та юридичної тематики, посібники користувачам різноманітних програмних продуктів і т. ін.).

Звичайно, книги мають бути ще й добротно написані. Відповідність їхнього змісту зазначеним напрямкам є необхідною, але не достатньою умовою забезпечення стабільності попиту.

Рукопис – як товарний продукт

Якою б привабливою пропозиція не здавалася, краще відбирати для публікації рукописи, що відповідають профілю видавництва. Заявка може мати дуже привабливий вигляд саме тому, що ви погано орієнтуєтесь в даному секторі ринку і не розглянули збиткові сторони проекту.

Вирішивши, що рукопис відповідає напрямку діяльності видавництва і може викликати читацький інтерес, видавець проводить прогнозуючий економічний розрахунок його підготовки і виробництва як якогось абстрактного товарного продукту. Беруться до уваги відповіді на такі питання:

1. Скільки коштів необхідно для підготовки рукопису й ілюстрацій до друку, у тому числі, якою є авторська винагорода?

2. Який передбачуваний наклад видання?

Це питання еквівалентне такому: яку кількість потенційних покупців охоплюють книготорговельні підприємства, з якими видавництво встановило ділові стосунки і які розповсюджують аналогічні книги?

3. Яка передбачувана ціна видання?

Крім прямих витрат на авторський гонорар, поліграфічні матеріали і виробничі послуги, важливо зрозуміти, яка частина коштів, із витрачених на підготовку, припадає на кожен примірник.

4. Який термін продажу (оплати) накладу?

Це питання зводиться до такого: яку інфляційну (кредитну) «накрутку» на відпускну ціну необхідно зробити, щоб як мінімум повернути вкладені кошти?

Порівнюючи з цього погляду економічну ефективність виробництва, наприклад, випуск «жіночих» романів і складних високомистецьких альбомів, отримуємо очевидний результат на користь романів.

З іншого боку, час від часу видавці випускають збиткові для себе книги, наприклад, мемуари популярної людини. Робиться це або з розуміння підвищення популярності видавництва, або з доцільності встановлення добрих стосунків з людиною, від якої залежить розподіл коштів чи інших пільг.

Одним зі способів зниження ризику вкладення коштів у підготовку нових книг є спеціалізація видавництва. Якщо ви працюєте на читачку аудиторію, смак якої легко прогнозується, якщо визначили досвід співпраці авторів, чиї книги очікуються цією аудиторією, вам гарантований успіх. Чим вища компетентність видавництва в очах цільової групи покупців і більша користь від його книг, чим вужча спеціалізація і незамінність його програми, тим вищі ринкові ціни.

Рукопис може потрапити до видавництва одним із двох способів: надійти в готовому вигляді за ініціативою автора («з вулиці»); у результаті виконання конкретного редакційного завдання («за замовленням»). Перша ситуація є типовою для більшості видавництв, і чим більша фірма, тим інтенсивніший потік видань «із вулиці». Іноді спочатку виникає заявка, і якщо вона викликала інтерес, автор приносить (надсилає) сам рукопис або укладає договір на його написання. Яка пропозиція буде прийнята, визначає на кінцевому етапі видавець. Але навіть професіонали намагаються не зневажати сторонньою експертизою. Якщо йдеться про переклад, а надійшла ще тільки заявка, замовляють пробний переклад (0,5–1 авторського аркуша). У разі пропозиції публікації оригінальної праці автор повинен представити поряд із докладним проспектом цього твору ще й пробний розділ. Ці заходи дозволять відмежувати видавництво від непрофесійних, але самовпевнених дилетантів.

Замовлені видання, видавничі серії

Розглянемо замовлені видання, що традиційно складають основу редакційного портфеля. До такої продукції відносять:

- ✓ чергові томи збірань творів і серій;
- ✓ нові твори популярних авторів, досвід співробітництва з якими у видавництва є позитивним;
- ✓ твори, права на які придбані видавництвом заздалегідь;
- ✓ твори, значні зусилля з підготовки яких докладають співробітники самого видавництва (у першу чергу це стосується енциклопедій);
- ✓ твори, для створення яких видавництво спеціально сформувало авторський колектив;
- ✓ субсидовані видання.

Очевидні переваги випуску збірань творів – стабільний збут, забезпечений на весь час їх виробництва. Це достатньо, щоб автор був відомим, популярним і не набридав при читанні його творів від тому до тому. Це не стосується збірань творів класиків, а в першу чергу академічних видань вітчизняних поетів і письменників, де на першому місці – повнота складу, високий рівень текстологічної підготовки, фундаментальність наукового апарату.

Тенденції розвитку українського ринку показують, що народна любов до складання збірань творів поступово відходить у минуле. На перший план виступають серії, що гарантують читачеві розмаїтість сюжетів у межах заздалегідь декларованих (і зрозумілих для читача) критеріїв відбору, котрі були покладені в основу комплектування серії.

Чим більше таких критеріїв, тим вища впевненість, що визнання перших книг серії забезпечить надійний збут наступних. Якщо розроблений у видавництві набір критеріїв припав до смаку широкому загалу споживачів – успіх такої серії забезпечений, а отже, забезпечений і високий прибуток вкладених коштів. Певним чином, серія є обличчям видавництва, і чим більше вона конкурентноспроможна тим вища ринкова вартість її логотипа.

Ще вдалішим вважається видавець, що не тільки надрукував цікаву серію, але й організував у її межах випуск оригінальної продукції, аналогів якої на ринку до цього не було (наприклад, серію спеціалізованих енциклопедій у певній сфері знань, незвичайних навчальних посібників, високомистецьких альбомів, створених на якихось нових принципах і т.п.). Якщо ж до роботи над серійними книгами вдалося залучити провідних фахівців, то й серйозних конкурентів у неї не виникне, – у результаті видавництво виявиться монополістом на ринку цього типу товару, що, зрозуміло, є дуже вигідним.

Але природний монополізм у видавничій справі існує не тільки у подібних випадках. Відомо, чим у більшості товарних секторів підприємство є монополістом, тим стійкіший його стан на ринку.

Можливість монополії у видавничій практиці заснована на діючих законах України: «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про охорону прав на зазначення походження товарів», «Про авторське право і суміжні права».

Якщо відповідно до перших законів видавець може захистити назву своєї фірми, серії і т.ін., зовнішній вигляд видань, то за останнім він вправі закріпити за собою можливість публікації і поширення будь-якого авторського твору.

Монополізм виникає у момент передачі автором (або уповноваженою ним особою) виключних прав на публікацію твору. При цьому термін

розпорядження правами може бути довгим, що фіксується у видавничому договорі, а територія його дії – великою (зрозуміло, у межах держав, що підписали відповідні конвенції).

Легко припустити, що видавці, звичайно, прагнуть домовитися про постійне співробітництво з популярними письменниками, вченими, політиками і т.п. За згодою автора видавництво може пропонувати, крім суми авансу, обсяг коштів, що воно зобов'язується витратити на рекламну кампанію нового твору, розмір його першого накладу, рівень сервісу під час рекламного турне автора по країні, розмір компенсації, що видавець виплатить авторові в разі порушення першим умов договору, і т.ін.

Доробка рукопису

Не слід очікувати отримати ідеально готовий до публікації рукопис. Традиційними є такі етапи його доведення: авторська доробка відповідно до побажань видавництва, наукове й літературне редагування, коректура.

Перелік вимог до доробки визначається видавцем за підсумками резензування рукопису та в процесі моделювання продажу майбутньої книги (концепцією її реклами, можливістю додавання її до серії і т.п.).

Автор може принести «сирий» рукопис, набір не пов'язаних на перший погляд частин, те, з чого ще має бути створена книга. Часом він просто не володіє українською літературною мовою і не має уявлення про стиль. Якщо видавець все-таки візьметься за запропонований проект, на його плечі ляже турбота за підбір висококваліфікованого редактора (по суті співавтора), який, керуючись задумом автора і при постійних консультаціях із ним, переробить поданий матеріал.

У процесі редакційної підготовки рукопису можуть виконуватися такі операції:

- 1) літературне виправлення, що зводиться до переписування тексту;
- 2) літературне редагування, коли редактор, дбайливо ставлячись до індивідуальних особливостей авторського стилю, висловлює окремі побажання, вносячи виправлення лише за згодою автора (при цьому мають виконуватися правила редакторської етики);
- 3) вивірка, під час якої редактор повинен перевірити правильність написання всіх відомих імен, географічних назв і т.ін.;
- 4) уніфікація з метою перевірки єдності застосування в тексті прийнятої термінології, імен і т.ін.; за підсумками вивірки й уніфікації складається специфікація рукопису, що надходить коректорові;
- 5) редагування «структури» рукопису, де розділи, що утворюють книгу, розміщуються в певному порядку, враховуючи визначену

у видавництві структуру книги (стаття може стати як передмовою, так і післямовою до основного тексту, пояснення до тексту даються іноді у вигляді виносок, а іноді коментарів у кінці книги, колонтитули, буває, передбачаються, а буває – ні); науково-довідковий апарат, вихідні відомості й т.ін. перевіряються на відповідність діючим стандартам.

Існує ще одна процедура, значення якої часто недооцінюється деякими видавцями, – вичитування набраного тексту двома коректорами, при цьому один читає текст уголос, указуючи на розділові знаки й інші особливості рукопису, а інший – перевіряє наявність усього цього в наборі.

Багато авторів подають до видавництва тексти в електронному вигляді. У такому разі разом із електронною версією обов'язково приймається роздрукований примірник авторського оригіналу.

Усі операції з доведення рукопису редактор здійснює в постійній взаємодії з автором. Слід пам'ятати, що відповідно до законодавства про авторське право, в основному тільки після згоди автора із запропонованими змінами в рукописі (бажано шляхом підписання ним кожної сторінки) його можна відправляти до друку. У відповідності до діючого законодавства, автор повинен дати згоду на публікацію під однією обкладинкою з його твором будь-яких інших матеріалів: статей, анотації, коментарів, ілюстрацій і навіть реклами самого видавництва.

Особливої уваги слід надавати вибору назви книги, оформленню обкладинки, складанню анотації і внутрішніх ілюстрацій, тобто тому набору елементів, що впливають на покупця і формують у нього підсвідоме бажання придбати книгу. Для вибору оптимального співвідношення цих елементів видавець повинен добре уявляти собі психологічний портрет майбутнього покупця, мотиви, якими той, звичайно, керується під час придбання книги. Ці аспекти краще попередньо обговорити з автором.

Усі розглянуті елементи не повинні суперечити один одному. Тому редактор ставить перед собою завдання гармонійно поєднати назву твору, його оформлення та анотацію, щоб ці елементи, доповнюючи один одного, демонстрували книгу із найпривабливішого боку.

Дуже важливими елементами є назва і анотація, тому що традиційно вони складають основу будь-якого рекламного матеріалу видавництва. Під час розробки обкладинки слід керуватися одним простим правилом: назва книги має легко читатися при її зменшенні до розміру половини сірникової коробки, інакше фото обкладинки в газетних рецензіях та інших друкованих ЗМІ, що сприяють продажу, не матиме належного впливу (ця вимога стосується в першу чергу комерційних видань кишенькового формату).

Макет майбутньої книги доцільно розглянути в спеціальній експерт-групі, щоб виявити реакцію спеціально підібраних експертів, які по-кликані виявити думку потенційної читацької аудиторії. За підсумками обговорення макет допрацьовується, знову обговорюється експерт-групою і при позитивному рішенні узгоджується з автором книги — це так звані експертні дослідження. Усім процесом керує штатний редактор видавництва.

4.2. РЕДАКТОР – ГЕНЕРАТОР І СОРТУВАЛЬНИК ІДЕЙ

Щоб переманити від конкурента популярного автора, видавці придумують дуже різноманітні способи, іноді навіть не дуже законні. Та й автори часом улаштовують своєрідні міжвидавничі аукціони. Більш цивілізований шлях – самим видавцям вирощувати «чемпіонів за друком». Тому такою важливою є робота редакторів, на плечах яких лежить тягар відбору творів. Редакторів важливо не забракувати твір, який не задовольнив його за якимось критерієм, але який може мати цікаві думки. Відповідним чином доробивши такий твір, можна отримати цілком конкурентоздатний товарний продукт.

Зі сказаного, на перший погляд здається, що видавнича діяльність має взагалі неплановий характер, але насправді планування ведеться вперед на багато років. Видавець не може сидіти, склавши руки, очікуючи цікаву пропозицію; виходячи з профілю діяльності свого підприємства, він присвячує значну частину часу пошуку нових ідей і їх виконавців. Зрозуміло, все це здійснюється у межах наявних у видавництві фінансових можливостей.

Коли ми говоримо про видавців як про осіб, які приймають відповідальні рішення, то маємо на увазі, поряд із менеджерами комерційного відділу, старшу ланку редакторів.

Якщо торкнутися діяльності редактора наукового видавництва, він повинен добре орієнтуватися у своїй сфері, бути знайомим з поточною літературою, відвідувати наукові конференції, переглядати збірники наукових праць і відповідні журнальні публікації. Мета редактора наукового видавництва – виловити щось нове, на основі чого може бути створена книга, для якої співвідношення між накладом, вартістю і терміном реалізації виявиться вигідним для видавництва.

Багато вчених беруть за основу не величину авторської винагороди, а якість і терміни редакційно-видавничої підготовки, наявність у видавництві односторонніх, зацікавлених у випуску книг саме цього автора. Така співдружність виявляється найбільш плідною, забезпечуючи зосередження навколо видавництва інтелектуальної еліти.

Постійні автори є найкращими помічниками редакторів, пропонуючи їм оригінальні ідеї, вказуючи кандидатури можливих виконавців.

Якщо йдеться про редактора видавництва, що випускає літературу для масового споживача, або комерційну літературу, то коло турбот тут трохи інше. Як правило, читацька аудиторія наукової книги відома заздалегідь, тому легко прогнозуються доцільні для неї ціни і наклад, у той час як публікація комерційної продукції, при великій прибутковості цієї діяльності в цілому, пов'язана все-таки зі значним фінансовим ризиком кожного окремого проекту.

Діяльність «комерційного» редактора також можна охарактеризувати як стан постійного пошуку. Успіх цієї людини, а разом із ним і його підприємства, залежить не в останню чергу від уміння знаходити і зважувати всі плюси і мінуси різних ідей, уміння переконувати у своїй правоті керівництво комерційного відділу і видавництва в цілому в ефективній реалізації задумів.

Постійно поповнюючи ідеї, видавництво веде планову роботу щодо їх реалізації. Щось може вийти, щось – ні. Але, щоб убезпечити себе від невдач, колектив стежить за тим, щоб редакційний портфель завжди був повним. У залежності від готовності рукописів, кожні півроку формується виробничий план.

4.3. ПЕРЕКЛАДНА КНИГА

На жаль, деякі книговидавці вважають, що простіше надрукувати популярну західну книжку, ніж запропонувати вітчизняному авторові виконати замовлення, яке цікаве для видавництва. Дуже легко відтворити «іноземне» видання, і згодом почивати на лаврах фактично чужого успіху.

Справжній видавець повинен прагнути запропонувати співвітчизникам оригінальні видання, створені з урахуванням українських реалій. Це стосується всього спектра друкованої продукції – від дитячих книг до словників і енциклопедій. І такий підхід буде безумовно з вдячністю сприйнятий читачами. Але цей шлях важкий і вимагає неординарних організаційних і творчих зусиль та чималих фінансових витрат.

Було б нерозумним стверджувати, що перекладати книги взагалі не треба, а потрібно задовольнятися своїми вітчизняними творами. Проте перекладати треба лише те, що дійсно стало неабиякою подією в книжковому світі. Таких книг дуже багато. Але вони саме й залишаються поза увагою більшості видавців, тому що вимагають підбору висококваліфікованої, а тому й дорогої команди, та й термін виконання замовлення у даному разі не може бути коротким.

Часом висококваліфікована команда потрібна і для підготовки до друку нових видань опублікованих перекладів. Попередній переклад

має недоліки, пов'язані з неповним знанням перекладачем мови оригіналу, географічних, історичних і культурних реалій, з відсутністю необхідних словників і довідників, цензурними вилученнями та перекручуваннями. Як правило, при виявленні подібних огріхів переклад повинен бути відредагований (якщо, звичайно ж, перекладач на це погодиться). Іноді сам перекладач прагне вдосконалити свій витвір, забороняючи передрукування з видань минулих років.

Інша річ, коли переклад не дуже вдалий саме через творчу невдачу перекладача, що не зумів підібрати ключ до твору, вибрати правильну тональність, стиль. Такі невдачі трапляються й у великих майстрів. Тому завжди слід пам'ятати: відоме ім'я – ще не гарантія високої якості виконання замовленої роботи.

Існують два підходи до перекладу, коли на перший план висувається завдання філологічно точно передати текст оригіналу або ж дотримуватися його духу. Часто, особливо при поетичному перекладі, ці підходи поєднати не вдається. Як наслідок, протягом багатьох років ми спостерігаємо спроби перекладів Біблії і Корана, «Фауста» Гете і поем Гомера, «Божественної комедії» Данте і творів Шекспіра тощо.

З іншого боку, потреба критично переглянути «старі» переклади і зайнятися новими ґрунтується на природному розвитку української літературної мови та філологічних відкриттях (у перекладацькому середовищі поширене судження, що класичні твори слід перекладати кожні 50 років).

Між іншим, зовсім не обов'язково, щоб новий переклад був кращий за попередній. Скільки б «Іліаду» не перекладали (Мінський, Вересаєв, Шуйський та ін.), Гнєдича перевершити все-таки не змогли. Але такі спроби тому й робляться, що цей переклад, який став класичним, безнадійно застарів.

Переклад завжди корисно супроводжувати вступною статтею (післямовою) і коментарями. Іноді концепція книги вимагає спеціального додатка. Обсяг і характер таких доповнень залежать від аудиторії, якій видання адресоване. Так, може знадобитися роз'яснення невідомих українському читачеві реалій або коректування помилкових поглядів автора, наприклад з питань української історії. Якщо до публікації готується суто наукове видання, іноді замовляють післямову, в якій має знайти відображення точка зору вітчизняних фахівців, або наводяться дані про новітні відкриття, що не змогли потрапити до оригіналу. У такому разі краще попросити самого автора скласти передмову до українського видання.

Для того щоб ознайомитися з останніми новинками, видавці традиційно відвідують міжнародні книжкові салони, лідерами серед

яких є Франкфуртський ярмарок та виставка «Друа» (м. Дюсельдорф). У результаті поїздок можуть сформуватися фірми, за продукцією яких можна стежити регулярно, отримувати їхні інформаційні матеріали. Також на таких заходах можна підписати контракти з іноземними партнерами, отримати для рецензування книги, що зацікавили.

Останнім часом розширилося коло подібних ярмарків та книжкових форумів і в Україні. Яскравими прикладами цього є Міжнародний книжковий форум «Світ книги», який проводиться з 1998 р. у Харкові, Міжнародні виставки «Поліграфія, реклама, упаковка» (Одеса), «Світ друкарства» та «Книжковий світ» (Київ, Запоріжжя, Дніпропетровськ, Львів) і найпрестижніша «Поліграфія» (Київ).

При купівлі прав на видання твору іноземного автора слід пам'ятати про ілюстрації у книзі. Якщо ви вирішили, що вони заслуговують передруку в українському виданні, може знадобитися підписання додаткової угоди. Радимо також відразу здобувати права на видання у м'якій обкладинці та палітурці. На сумі авансу це не позначиться, а ситуація на книжковому ринку може скластися так, що вам буде потрібен той вид палітурки, який до цього ви не планували. Будь-які доповнення, що можуть знадобитися в українському виданні, теж слід обов'язково узгоджувати з особою, яка має права на це видання.

Необхідно всіляко заохочувати зустрічі представників видавництва з місцевими літераторами, ученими. Завдяки цим контактам можуть скластися успішні комерційні стосунки, і ви знайдете виконавців роботи, яких до цього часу можна було знайти тільки за кордоном.

4.4. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ – ОСНОВА ВИДАВНИЧОГО БІЗНЕСУ

Ще складніше умовити написати книгу людину, котра відома країні, але ніколи ще не займалася письменництвом. Ризик тут досить великий – рукопис може вийти малоцікавим, у той час як аванс буде використано значний. Щоб уникнути подібних неприємностей, необхідно ретельно скласти авторський договір, що забезпечує формальну сторону відносин автора і видавця. Грамотно підготовлений договір дозволить зберегти за видавцем право публікації твору (забезпечити на нього монополію), що раптом потрапить до списків високореєтингових видань. З цієї причини важлива не тільки сума авторського авансу, але й термін, на який здобуваються права. Є вони винятковими чи ні, на яку територію поширюються, якими мовами твір може бути перевиданий, яким накладом, у яких випадках видавець має право представляти інтереси автора твору і т. ін.

Чим більше вимог видавець висуває, тим дорожчим для нього стає твір. Тому, перш ніж прагнути до монополізму, слід усе добре зважити й у першу чергу можливість друків. І знову ми повертаємося до проблеми досвіду та інтуїції – основи сучасної видавничої справи.

Законодавство про авторське право передбачає випадки, коли права на публікацію твору знаходяться у власності видавця. Видавцеві енциклопедій, енциклопедичних словників, періодичних і тривалих збірників наукових праць, газет, журналів та інших періодичних видань належать виключні права на використання таких видань. Видавець має право при будь-якому використанні таких видань указувати своє найменування або вимагати такої вказівки.

Обсяг інтелектуальної власності, яким володіє видавництво, утворює одну зі складових його ринковини купівлі-продажу видавничих підприємств. І справа тут не тільки у відсутності значних матеріальних активів (магазинів, складів, офісів і т. ін.) і запасів товарної продукції. Дуже важливим є те, якими винятковими авторськими правами розпоряджається підприємство і який ступінь їхньої ліквідності на ринку, тобто на яку суму вони можуть бути оцінені або скільки разів використані, який прибуток від їхньої експлуатації буде при цьому отриманий?

Ще одна вагома обставина – це кваліфікація видавничого колективу. Часто зацікавлена сторона переманює працівника, що сподобався їй, пропонуючи кращі умови праці.

Можна з упевненістю сказати, що майбутнє вітчизняного книжкового ринку – за підприємствами, які вже зараз розпочали до здійснення українськими авторами складних перспективних проєктів, сподіваючись отримувати від них в умовах твердої конкуренції стабільний прибуток.

4.5. АВТОРСЬКІ ПРАВА

Під час видання і реалізації книг слід враховувати авторські права. Авторські права – це виняткові майнові права на використання творів. Вони належать авторам та іншим особам, які мають права на видання. Ці особи мають право самі використовувати твори, які охороняються, і дозволяти іншим особам використовувати їх.

Авторські права під час видання творів

Авторські права нагадують права власності: тільки власник може володіти, користуватися і розпоряджатися своєю річчю. Але, звичайно, між ними є великі розбіжності: право власності – до матеріальних об'єктів, речей, а авторське право відноситься до нематеріальних

об'єктів, творів. Регулюється авторське право не законодавством про власність, а законодавством про авторське право.

Авторське право існує практично у всіх країнах світу. У кожній країні є своє законодавство про авторське право. При цьому українське авторське право значно відрізняється від авторського права США чи Німеччини. Головна відмінність – твір, який охороняється в Україні, може не охоронятися у США, і навпаки. Тому видавці і продавці книг повинні знати про авторські права, що існують у тих країнах, де книга друкується і продається.

Подальший виклад матеріалу в цьому розділі стосується авторського права, що діє на території України.

Якщо книга видається і продається в Україні, то зарубіжні авторські права можна не враховувати. Якщо ж книга, видана в Україні, продається хоча б в одній зарубіжній країні (наприклад, у Білорусії, Латвії), то при її продажу необхідно враховувати законодавство цієї країни.

Матеріал, що викладається в даному розділі, стосується не всього українського авторського права, а тільки авторського права під час видання книг.

Основою українського авторського права є Закон України «Про авторське право і суміжні права» (далі – Закон).

Охоронювані і неохоронювані твори

Законом встановлюється – авторське право поширюється на твори науки, літератури і мистецтва, що є результатом творчої діяльності. При цьому призначення і переваги твору, а також спосіб його вираження не мають значення для визнання об'єкта охоронюваним.

У Законі названі й найбільш характерні види охоронюваних творів. Серед них такі: літературні письмові твори белетристичного, наукового, технічного або практичного характеру (книги, брошури, статті тощо); виступи, лекції, промови й інші усні твори; музичні твори; твори живопису, графіки, малюнки; фотографії; переклади; географічні, геологічні й подібні карти; збірники; добірки. Взагалі будь-який результат творчої діяльності людини, виражений в об'єктивній формі, вважається твором і охороняється авторським правом.

Іноді виникає запитання, як відрізнити «твір» від «не твору». Останній не є творчим результатом і не охороняється авторським правом.

Звичайно, вважається, що твір – унікальний, і не може бути повторений ще іншим автором. Дійсно, неможливо уявити, що хтось створить свою власну драму-феєрію «Лісова пісня».

У законах про авторське право у багатьох зарубіжних країнах прямо вказується, що цим правом охороняються оригінальні творчі результати.

Це результати діяльності розуму людини, що здатний створювати тільки ідеальні образи, а не матеріальні.

Отже, сам твір – не матеріальний, а ідеальний об'єкт. Що стосується матеріального об'єкта, в якому відтворений твір, то він охороняється правом власності, а не авторським правом.

Твори, що охороняються авторським правом, відносяться до сфери науки, літератури і мистецтва, тобто містять наукову, літературну або художню творчість. Це дуже широка сфера творчості. Віднести той або інший твір до сфери науки, літератури або мистецтва не принципово, щоб вирішити питання про надання йому авторсько-правової охорони і для визначення розміру винагороди. Розмір винагороди для книжкового видання завжди визначається за згодою сторін.

Авторське право охороняє твір незалежно від його переваг. Переваги твору – це позитивні характеристики його форми або змісту. Звичайно, твори, що мають недоліки в наукового, літературного або художнього погляду, як правило, не розглядаються, тому що вони не розкуповуватимуться і не дадуть прибутку. Але, якщо вони все ж будуть використані, то не можна посилатися на те, що через свої низькі характеристики вони не охороняються авторським правом.

Закон установлює дуже важливий принцип охорони авторських творів: охорону отримує не тільки твір у цілому, а й окремі його частини. Зрозуміло, частина твору охороняється тільки в тому разі, якщо вона сама по собі є твором, тобто є оригінальною. Так, авторським правом охороняється не лише повість у цілому, а й уривок із цієї повісті, навіть окремі оригінальні фрази; не тільки малюнок, а й фрагмент малюнка (до речі, художники і фотографі, які роблять колажі, часто не знають цього). Авторське право охороняє навіть оригінальні, творчі назви творів. Однак неоригінальні назви («Міс Україна» тощо) самі по собі авторським правом не охороняються.

Що стосується охорони авторським правом елементів форми й елементів змісту твору, то такі елементи є в будь-якому творі науки, літератури і мистецтва. Наприклад, у творі художньої літератури до елементів форми відносяться: мова, художні образи, послідовність викладу матеріалу, а до елементів змісту: тема, ідея, сюжет.

Звичайно, зміст твору завжди має певну форму. У Законі вказується, що елементи змісту твору – ідеї, методи, процеси, системи, способи, концепції, принципи, відкриття і факти – авторським правом не охороняються. Це означає, що будь-яка особа може запозичати для свого власного твору ідею, концепцію чужого твору, навіть якщо вони є новими, і створити на їхній основі свій власний твір. При цьому така особа не вважатиметься порушником авторських прав. Цю норму можна

пояснити тим, що перераховані в Законі елементи змісту твору не є оригінальними і можуть бути створені протягом рівнобіжної творчості. Тому вони авторським правом не охороняються. Але, враховуючи моральні розуміння, потрібно все ж таки зробити посилання на автора, у якого ви запозичили сюжет, ідеї, факти.

Від запозичення елементів змісту чужого твору слід відрізнити запозичення елементів форми чужого твору. Якщо при створенні свого твору автор запозичує елементи форми чужих (або навіть своїх, але інших) творів, то результатом є поява похідного твору. Приклади похідних творів – переклад твору іншою мовою та різні види переробок (обробка, адаптація). Фотомонтаж – це також похідний твір. При цьому, якщо елементи форми чужого (іншого) твору, використані при створенні похідного твору, охороняються авторським правом, то використання похідного твору може відбуватися тільки за згодою власника прав на ці елементи форми. Так, як правило, переклад може використовуватися тільки за згодою автора оригіналу, інсценівка роману – тільки за згодою автора роману тощо. Якщо елементи форми того твору, який був використаний для створення похідного твору, охороняються авторським правом, то похідний твір на практиці називається «залежним». Нетворчі переробки не призводять до створення похідних творів. Також залучення до твору цитат не робить його похідним, оскільки цитати використовуються вільно.

Особливою категорією творів, що охороняються авторським правом, є збірники. Вони вміщують твори різних авторів, але в упорядника збірника з'являється своє авторське право на збірник, оскільки упорядник творчо відібрав і розмістив матеріал.

Авторське право на збірник є «залежним», якщо до збірника включено твори, що охороняються.

Твір охороняється з моменту його об'єктивної появи, створення. Рукопис, малюнок, без сумніву, вже охороняються авторським правом. Для охорони не потрібна публікація твору. Так само, для отримання знака охорони авторського права не потрібно ніякої реєстрації твору.

Твори, що не охороняються це такі твори, котрі не користуються охороною авторського права в Україні (деякі з них можуть охоронятися авторським правом у зарубіжних країнах, але це вже інше питання).

До творів, які не охороняються відносяться:

1) офіційні документи (закони, постанови, судові рішення, інструкції і т. ін.), а також їхні офіційні переклади;

2) державні й муніципальні символи та знаки (прапори, герби, ордени, грошові знаки й т. ін.);

3) твори, термін охорони яких минув.

Авторські права та їх власники

З моменту створення твору й до закінчення терміну його охорони діє авторське право, що містить немайнові авторські права, а також виняткове майнове право на використання твору.

Особисті немайнові права належать авторові. Вони містять: право авторства (право вважатися автором), право на ім'я (право на позначення справжнього імені автора, обраного ним псевдоніма або право не вказувати ім'я автора взагалі – анонімне використання); право на захист твору від перекручень, що завдають шкоду честі й гідності автора, а також право на обнародування твору (тобто право на його публікацію або забезпечення іншого доступу до нього для будь-яких осіб).

Майнове виняткове авторське право на використання твору означає право здійснювати або дозволяти відтворювати твір (наприклад, тиражувати), поширювати його (продавати й т.ін.), імпортувати примірники твору, перекладати й переробляти твір, а також здійснювати інші дії.

Термін охорони авторських прав. Майнові авторські права діють з моменту створення твору і протягом усього життя автора, а після його смерті ще протягом 50 років.

Термін дії авторського права опублікованого твору, автор якого є невідомим публіці, – 50 років з дати публікації.

Термін охорони творів, створених у співавторстві, діє протягом всього життя й ще 50 років після смерті останнього співавтора.

Автори. Спочатку авторські права – як особисті, так і майнові – мають автори.

Автором вважається творець видання, особа, результатом творчої праці якої є твір. Автором може бути будь-яка особа, незалежно від віку і дієздатності. Навіть діти часто створюють чудові твори, що, звичайно, охороняються. Однак особи до 14 років реалізують свої авторські права (укладають договори, отримують гонорари) тільки через своїх батьків (або інших законних представників). Що стосується неповнолітніх віком від 14 до 18 років, то вони самі реалізують свої авторські права.

Іноземці й особи без громадянства користуються своїми авторськими правами без обмежень, нарівні з громадянами України.

Авторами можуть бути тільки фізичні особи. Однак за законодавством, що діяло раніше, у деяких випадках авторами вважалися юридичні особи – організації. Їхні авторські права зберігають свою силу й сьогодні, а тому корисно знати, що авторами фільмів, створених до 1992 р., визнаються кіностудії, котрі зняли цей фільм, або телестудії,

а друкованих енциклопедичних словників, енциклопедій, наукових збірників, газет, журналів та інших періодичних видань (у цілому) – видавництва або організації, що їх підготували.

Співавторство. Якщо твір був створений творчою працею двох або більше осіб, то виникає співавторство.

Співавторство завжди визначається за отриманим результатом, до уваги не береться процес роботи. Більше того, до початку роботи та у її процесі говорити про наявність співавторства ще не можна. Особа, яка брала участь у створенні лише змісту твору, не стає співавтором, якщо вона не брала участі у створенні форми твору.

Якщо створений співавторами твір складає одне нерозривне ціле, то таке співавторство є неподільним. Навпаки, якщо один із співавторів працював над однією частиною твору, а другий – над іншою, і ці частини можуть бути використані окремо, то таке співавторство вважається поділеним. Це зовсім різні випадки. Коли при поділеному співавторстві співавтори розійшлися в думці про те, як їм використовувати твір, то кожен має право самостійно використовувати свою частину твору, і співавторство розпадається. А при неподільному співавторстві таке вирішення суперечки неможливе. Тому, якщо один із співавторів забороняє використання твору, а інші співавтори хочуть використовувати його, то суперечку між ними може вирішити тільки суд. Якщо в такій ситуації видавець почне використання твору, не чекаючи рішення суду, то його позиція буде неправильною з правової точки зору.

Співавтори укладають між собою угоду про порядок проставлення своїх імен, про розподіл гонорару й т.ін. За відсутності такої угоди й особливих вказівок з боку співавторів їхні внески у створення твору слід вважати рівними.

Спадкоємці. У випадку смерті автора (співавтора) його права переходять спадкоємцям до кінця терміну дії авторського права.

Спадкування може здійснюватися за законом або за заповітом. У свідченні на право спадкування має бути зазначено, що успадковані й авторські права. Оскільки заповіт – досить рідкісне явище, авторські права переходять до спадкоємців за законом. Спадкоємцями першої черги за законом є дружина (чоловік) померлого, його діти (у тому числі – усиновлені) і батьки. Усі вони успадковують рівні частини.

Правонаступники автора. Майнові авторські права можуть бути передані автором іншим особам за договором або перейти до них за законом.

Особи, яким передані авторські права або до яких вони перейшли за законом, називаються правонаступниками автора. Вони стають на місце автора і здійснюють авторські майнові права у межах отриманих

авторських прав. Зокрема, правонаступники виняткових авторських прав можуть забороняти використовувати твір, укладати авторські договори, отримувати авторську винагороду.

Правонаступниками авторів часто є видавництва. Особисті авторські права правонаступникам не належать або належать їм в обмеженому обсязі.

Літературні агентства та інші представники авторів. Вони не є самостійними власниками авторських прав, а лише представляють інтереси авторів або їх спадкоємців, діючи від їхнього імені. Навіть за наявності такого літературного агента автор завжди має право укласти самостійно договір з видавництвом, який вважатиметься дійсним.

Іноземні автори та їх твори охороняються в Україні. Якщо твір іноземного автора є неопублікованим або вперше опублікованим в Україні (до розпаду СРСР – уперше опублікований на території СРСР), то він завжди охороняється в Україні – нарівні з творами українських авторів. Однак, якщо твір іноземного автора був уперше опублікований за кордоном, за межами України (або за межами СРСР), то він не завжди охороняється авторським правом. Практично він охороняється авторським правом в Україні, якщо в момент першого опублікування твору його автор був громадянином країни, зв'язаної з Україною міжнародним договором стосовно авторського права або якщо твір уперше був опублікований у країні, зв'язаній таким міжнародним договором з Україною або СРСР під час першої його публікації.

Міжнародними договорами стосовно авторського права, у яких бере участь Україна, є: Всесвітня конвенція про авторське право; Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів, а також ряд двосторонніх угод.

Видавцям насамперед слід запам'ятати дату – 27 травня 1973 р., коли СРСР став учасником Всесвітньої конвенції про авторське право, у якій уже беруть участь понад 60 країн світу. Твори іноземних авторів, опубліковані за кордоном до 27 травня 1973 р., не охороняються сьогодні в Україні.

Переговори з авторами

Перш ніж розпочати переговори з авторами, слід з'ясувати, чи охороняється твір авторським правом в Україні, де його передбачається видати. Адже, якщо твір авторським правом не охороняється, то авторський договір можна не укладати.

Можна нагадати, що в Україні авторським правом охороняються твори, якщо їхній автор живий або помер після 1985 р., і ці твори раніше:

- 1) не публікувалися;
- 2) були вперше опубліковані в Україні або в СРСР;

3) були вперше опубліковані за межами України або СРСР, але їх автор – громадянин України (СРСР) або громадянин країни, що під час опублікування творів була зв'язана міжнародним договором стосовно авторських прав із Україною (СРСР), або твори були вперше опубліковані в країні, котра під час публікації була зв'язана з Україною (СРСР) міжнародним договором стосовно авторських прав.

Коли твір створено двома або декількома співавторами, то він вважається охоронюваним, якщо хоча б один із співавторів користується авторсько-правовою охороною.

Розшук автора. У тих випадках, коли місцезнаходження автора невідоме, видавництво, що бажає видати його твір, має розшукати його. Для цього слід розіслати листи (з повідомленням про вручення) за останньою адресою автора, а також у видавництва, які раніше видавали його твори. Можна також звернутися до Спілки письменників, якщо автор був її членом. Усі отримані відповіді на запити про розшук автора слід ретельно зберігати.

Публікація твору автора, що розшукувався видавництвом, але не був розшуканий, можлива. У тому разі, коли автор згодом з'явиться, справа має обмежитися виплатою йому звичайної авторської винагороди. Однак видавництву треба буде довести, що воно вживало розумних заходів до розшуку автора, тобто довести відсутність своєї провини у виданні твору без укладання договору.

Коли автор знайдений, то насамперед слід з'ясувати, кому в даний час належать виняткові авторські права на видання твору. З'ясувати це потрібно навіть тоді, коли твір раніше не публікувався.

У будь-якому разі автор повинен повідомити про всі договори, котрі він раніше укладав на даний твір, якщо вони ще діють. Не буде зайвим ознайомитися з текстами цих договорів. Якщо з'ясується, що автор нікому не передавав авторських прав, або хоча й передавав раніше, а попередні договори втратили силу, то виняткові авторські права належать авторіві. Якщо ж автор передав іншій організації авторські права на видання твору, але ці права не є винятковими, то переговори слід вести з автором, оскільки саме він вважається власником виключних прав. Нарешті, може з'ясуватися, що є діючий договір, за яким автор передав виключні права іншій організації. З ким тоді слід вести переговори про видання твору? Якщо в договорі зазначено, що організація, котра отримала виключні права, може їх передавати третім особам, то дозвіл на видання твору може видати саме ця організація, а не автор. Але якщо у договорі про передачу виключних прав не зазначено, що організація може передавати отримані права третім особам, то дозвіл на подальше використання буде дійсним, коли його надано і автором, і цією організацією.

Якщо в автора є літературний агент, то переговори про укладання договору можна вести або з цим агентом, або із самим автором, оскільки він також має право підписати договір.

Переговори зі спадкоємцями слід вести, якщо в них є свідчення про право спадкування (де зазначені авторські права і частки цих прав), а з правонаступниками авторів – якщо є документи, що підтверджують наявність у них авторських прав.

При співавторстві переговори необхідно вести з усіма співавторами.

Умови авторського договору

Форма договору. Авторський договір укладається письмово. Достатньо простої письмової форми, але, за бажанням сторін або однієї сторони, договір може бути зареєстрований у нотаріуса.

Ніяких типових або обов'язкових форм авторських договорів не існує. Колишні типові видавничі договори втратили силу, але їхні форми можуть застосовуватися в даний час за бажанням сторін.

До форм видавничих договорів, що є в різних електронних базах даних, слід ставитися критично, пристосовуючи їх до специфіки видавництва і конкретного видання.

Письмовий видавничий договір може складатися з одного документа, підписаного обома сторонами, або з двох чи декількох документів. Наприклад, видавничим договором є пропозиція видавництва про видання твору, що містить усі умови такого видання, плюс відповідь автора, що має лише єдине слово: «Згоден».

Договір може складатися з декількох документів: основного тексту, додатків, додаткових угод. Усі вони в сукупності складають видавничий договір. Їх рекомендується зберігати разом, в окремій папці.

Необхідно пам'ятати, що письмовий договір можна змінити, припинити або розірвати тільки письмовою угодою. Разом із договором (наприклад, у тій же папці) слід зберігати документи про виконання договору, а саме – про використання (видання) твору, його продаж, перерахування автору винагороди й т. ін.

Місце і дата укладання договору. Будь-який видавничий договір рекомендується починати рядком, що містить вказівку про місце й дату укладання договору, наприклад: «м. Харків, 21 жовтня 2007 р.».

Місце укладання договору особливо важливо вказувати в тих випадках, коли сторони знаходяться в різних країнах. За загальним правилом договір тлумачиться за законодавством тієї країни, де він був складений.

Дата договору також має важливе значення, зокрема при порівнянні договору з іншими договорами, для визначення різних термінів.

Назва договору не має вирішального правового значення, а тому допускається назва «Договір». Однак бажано конкретизувати назву, наприклад, «Видавничий договір», «Договір про передачу виняткових авторських прав», «Договір про передачу вихідних матеріалів і авторських прав».

Видавництвом бажано вести облік укладених авторських договорів з наскрізною їх нумерацією (за роками). Договір без номера або з номером, що містить додаткову літеру («17а» і т. ін.), часто викликає сумнів стосовно його дійсності.

Сторони, що підписують договір. Після назви договору розміщується преамбула, що складається з однієї фрази:

«Даний договір укладений між видавництвом ... (далі – «Видавництво»), від імені якого виступає Іванов Іван Іванович – директор, що діє на підставі Статуту (або доручення №..., від ... дати), і Шевченко Ганною Петрівною, що далі іменується «Автор».

Під час підписання договору, а також у суперечці, що стосується договору, можуть вимагатися докази того, що особа, яка підписала договір від видавництва, мала на це право (копія Статуту, наказ про призначення на посаду директора, копія доручення).

Якщо з боку автора договір підписує не автор, а інша особа, то рекомендується, щоб видавництво ознайомилося з документами цієї особи; якщо договір важливий, то бажано мати і копії цих документів.

Предмет договору має бути зазначений якомога точніше.

Якщо твір готовий, то мають бути зазначені його назва, вид, обсяг та інші відомості, необхідні для ідентифікації твору. Наприклад: «Предметом даного договору є літературно-художній твір «Мавпа», виданий у видавництві «Художня література» в 2002 р.; обсяг – 11 друкованих аркушів».

Якщо твір ще не створений автором, то слід указати його умовну назву, охарактеризувати його зміст (сюжет), жанр, указати приблизний обсяг. Тоді до договору корисно прикласти авторський опис твору.

Взагалі в договорі замовленням має бути твір, уже задуманий автором, але ще «технічно» не написаний ним. Але якщо такий твір буде зафіксований у договорі не конкретно, то в разі виникнення конфлікту, такий договір може бути поставлений під сумнів, тому що предметом авторського договору не можуть бути права на використання творів, котрі автор може створити в майбутньому. Отже, договір не може бути укладений на абстрактний чи майбутній твір даного автора. Але якщо умова про точне і конкретне позначення твору, що замовляється, дотримана, то немає перешкод, щоб предметом договору був не один, а кілька майбутніх творів.

Гарантії з боку автора. Після того, як предмет договору буде точно визначений, у договір рекомендується включити статтю про гарантії, що надходять від автора твору:

«Автор заявляє і гарантує, що він є єдиним автором твору, при створенні якого не були використані авторські й інші права третіх осіб.

Автор заявляє і гарантує, що в даний час він є власником прав, наданих ним Видавництву за даним договором.

У тому разі, якщо до Видавництва у зв'язку з використанням твору відповідно до дійсного договору будуть пред'явлені третіми особами будь-які претензії або позови, автор виступатиме єдиним відповідачем, а Видавництво має бути звільнене від відповідальності».

Вказівка імені автора. Якщо в договорі не зазначено ніяких указівок про проставляння імені автора, то видавництво вправі вказувати або не вказувати ім'я автора. Саме тому договірні положення про зазначення імені автора мають велике значення. Звичайно, автор наполягає, а видавництво погоджується, що ім'я автора буде зазначене на творі у звичайному порядку. Останнім часом почастишали випадки, коли на творі за згодою сторін проставляється вигадане ім'я автора – псевдонім. Він може бути будь-яким, однак не може збігатися з ім'ям відомого автора або іншого публічного діяча. Наприклад, дуже цікава історія виникнення відомого псевдоніма Олді. Генрі Лайон Олді – колективний псевдонім письменників-харків'ян Дмитра Євгенійовича Громова та Олега Семеновича Ладиженського. Виник він у 1991 р. «У свій час, – діляться спогадами співавтори, – коли ми тільки починали писати разом, ми подумали, що два наші прізвища поруч будуть погано запам'ятовуватися читачем, а тому добре було б узяти який-небудь короткий і звучний псевдонім, один на двох. Так народився ОЛДІ – анаграма наших імен: (ОЛ)ег + (ДІ)ма. Однак наш перший видавець зажадав додати до «прізвища» ініціали, і ми, недовго думаючи, взяли перші букви своїх прізвищ: (Г)ромов й (Л)адиженський. Так з'явився Г. Л. Олді. Потім з'ясувалося, що десь у вихідних даних треба вказувати повне ім'я й прізвище. Таким чином Олді став Генрі Лайоном».

При співавторстві у договорі може бути визначена послідовність проставляння імен співавторів. За відсутності таких вказівок видавництво вправі розташувати імена співавторів за алфавітом.

Знак охорони авторського права складається з умовної позначки ©, поруч з якою вказуються найменування власника виняткових авторських прав і рік першого видання твору. У договорі може встановлюватися обов'язкова наявність такого знака і відомостей, що стосуються власника авторських прав.

Якщо в договорі нічого не говориться про цей знак, то його наявність залежить від бажання видавництва. Знак охорони авторських прав має суто інформаційне значення і його відсутність не припиняє авторських прав.

Далі в договорі мають бути зазначені питання про передані права і про винагороду за використання твору. У зв'язку з важливим значенням цих питань вони винесені до окремих підрозділів договору.

Термін дії договору може бути зазначений у самому договорі.

За загальним правилом після закінчення терміну дії договору всі права повертаються авторові, а видавництво вже не може ні друкувати нові накладки, ні додруковувати раніше випущені. Це після закінчення дії договору вважається неправомірним.

Після закінчення терміну договору у видавництві або книготорговельних організаціях може виявитися деяка кількість примірників, раніше виданих, але ще не розпроданих. Вони, звичайно, можуть поширюватися (продаватися) вже після закінчення терміну договору, і такі дії не вважаються неправомірними.

Проте для того, щоб уникнути конфліктів, у договорі рекомендується зазначити, що по закінченні терміну дії договору нерозпродані примірники можуть знаходитися у продажу протягом певного часу (шість місяців, один рік і т.ін.). Якщо у договорі термін дії не зазначений, то по закінченні п'яти років із дати його підписання договір може бути розірваний автором, про що він повинен письмово повідомити видавництво за шість місяців до дати розірвання договору. Це означає, що через чотири з половиною роки після його укладання видавництво може в будь-який час отримати листа про припинення договору.

Договір може передбачати автоматичне його продовження. У ньому може бути, наприклад, передбачено, що після закінчення трьох років після укладання договору він автоматично продовжується на наступний трирічний термін, якщо жодна зі сторін не заявить за два місяці до закінчення цього терміну про бажання припинити його дію.

Взагалі термін дії видавничого договору може бути як коротким (наприклад, шість місяців), так і дуже тривалим (наприклад, увесь термін дії авторського права).

Відповідальність сторін за порушення умов договору. Якщо в договорі відсутні умови відповідальності сторін, то порушник повинен відшкодувати іншій стороні збитки, заподіяні порушенням. Під збитками розуміються реальний збиток і втрачена вигода (неодержані доходи). Поняття збитків (шкоди) визначається у Цивільному кодексі України.

Збитки стягуються у повному розмірі, за винятком випадків, коли автор, порушуючи договір, не подає до видавництва твір. У цьому разі він відшкодовує тільки реальний збиток, що виник у видавництва.

Договір може передбачати обмеження збитків у разі порушення. Так, у видавничому договорі можна відзначити, що у разі порушення договору порушник відшкодовує іншій стороні збитки в сумі, що не перевищує 10 тис. грн.

Договір може передбачати також стягнення неустойки. У ньому може бути зазначено: при простроченні автором здачі рукопису він сплачує видавництву пеню в розмірі 50 грн. у день; при простроченні виплати винагороди авторові видавництво сплачує пеню в розмірі 0,5 % у день від простроченої суми. Слід враховувати, якщо розмір такої пені в договорі не встановлено, то при простроченні винагороди застосовуватиметься Цивільний кодекс України: на прострочену суму нараховуються відсотки в розмірі дисконтної ставки банківського відсотка.

За загальним правилом видавництво несе відповідальність, дотримуючись видавничого договору, і в тих випадках, коли воно не виконує зобов'язання не зі своєї вини, а випадково, то автор (або інший власник авторських прав), якщо він не є підприємцем, відповідає лише за невиконання своїх договірних зобов'язань. Договором, однак, може бути встановлена відповідальність сторін тільки за наявність провини порушника.

Примірники договору. Договір складається в декількох примірниках, для того, щоб у кожної зі сторін був свій примірник. Якщо в одній з них немає примірника договору, то така сторона практично не може захищати свої договірні права, хоча сам договір зберігає силу.

Підписи сторін і їх реквізити. Договір закінчується розділом, що містить відомості: для автора – наводяться паспортні дані, включаючи місце проживання (всі дані слід перевірити за паспортом); для видавництва – точна назва (за Статутом), номер банківського рахунка, юридична адреса, підписи.

Дата ставиться іноді поруч із підписом, правового значення вона не має, якщо тільки дата зазначена ще й у першому рядку договору.

Виняткові та невиняткові права, передані за договором

Авторські права, що передаються за видавничим договором, можуть передаватися або як виняткові права, або як невиняткові. Становище видавництва, якому передані виключні права, суттєво відрізняється від становища видавництва, що отримало тільки невиняткові права.

Виняткові права. Якщо вони отримані видавництвом, то воно стає законним монополістом на ринку, єдиним, що має право випускати у світ твір протягом терміну дії цих прав, і в їх обсязі.

Здобуваючи виняткові авторські права, видавництво вправі не тільки використовувати твір так, як це передбачено в договорі, але й забороняти використання твору іншим особам (наприклад, іншим видавництвам, друкарням, торговельним організаціям).

Загальне правило таке: усі інші особи, крім власника виключних прав, не можуть використовувати твір. Звичайно, у самому видавничому договорі можуть бути зазначені деякі винятки з цього правила. Наприклад, може бути зазначено, що сам автор вправі передати іншому видавництву невиняткове право видати твір обмеженим накладом.

Висувати претензії з приводу того, що треті особи використовують авторські права без дозволу їх власника, може лише видавництво, що отримало ці права за договором. Але якщо видавництво не реалізовуватиме свого права на захист, то сам автор може зажадати (через суд) заборони незаконного використання твору.

Невиняткове право. Якщо воно отримане видавництвом за договором, то це дає користувачеві право використовувати твір, але не дає права переслідувати третіх осіб, якщо вони незаконно використовують цей твір, і не гарантує від того, що на ринку з'являться видання того ж твору, випущені іншими видавництвами.

Це обумовлено тим, що автор, передавши невиняткове право одному видавництву, може потім передати аналогічне право іншим видавництвам: другому, третьому і т. п.

Закон установлює таку презумпцію (припущення): усі передані за договором права вважаються невинятковими, якщо в договорі не зазначено інше. Тобто, якщо право передається як виняткове, то бажано, щоб у самому договорі воно було назване «винятковим» або було зазначене так: *«Протягом терміну дії договору автор не вправі передавати третім особам права, вказані в даному договорі»*.

Обсяг переданих за договором прав. У статті 14 Закону перелічуються різні майнові авторські права. Вони можуть бути передані за авторським договором повністю або частково.

Повний їх перелік за договором зустрічається рідко.

Звичайно, у видавничому договорі вказується лише право видавництва на видання і поширення твору. Обсяг цих прав необхідно вказувати якомога точніше.

Як правило, видавництво здобуває за договором лише права на книжкове видання. Однак, коли твір може бути використаний – повністю або в уривках – у журналах або газетах, то договір може передбачати

перехід до видавництва і цих прав. Важливо пам'ятати, якщо перехід до видавництва будь-якого права в договорі прямо не зафіксований, то це право залишається в автора.

У договорі слід домовлятися про право на розповсюдження (продаж) примірників твору. Рекомендується обговорити територію продажу і термін, протягом якого продаж може здійснюватися. Якщо ці питання не обговорені, то книга може розповсюджуватися тільки на території України і тільки в межах терміну дії договору. Тому важливо зазначити у договорі, що книга розповсюджуватиметься в інших країнах (у країнах СНД, Європи і т. ін.), а також, що видавець протягом певного часу після закінчення дії договору, наприклад протягом 6 місяців або одного року, має право розпродавати наклад книги, випущеної у світ у період дії договору.

Право на переклад бажано безпосередньо вказувати в договорі, наприклад: *«Автор передає видавництву права використання твору українською мовою та іншими мовами світу»*. Якщо право на переклад не буде зазначено, то вважається, що автор передав право використання твору тільки мовою оригіналу.

Можливість переуступки прав, отриманих видавництвом. Стаття 27 Закону встановлює, що права, отримані за авторським договором, можуть бути переуступлені іншим особам (цілком або частково) лише у випадку, якщо це безпосередньо передбачено договором. Іншими словами, у договорі має вказуватися, що *«видавництво вправі переуступати отримані ним авторські права»*. Якщо такої вказівки немає, то видавництво не може нікому поступатися цими правами, навіть коли це було б вигідно і видавництву, і автору. Однак видавництво й автор можуть укласти додаткову угоду про подальше поступлення отриманими правами.

Авторська винагорода

Авторська винагорода виплачується авторові в порядку й розмірі, встановленими в договорі. Практично Закон розмірів цієї винагороди не встановлює і не регулює.

Сторони повинні лише враховувати норми, вказані у пункті 5 статті 14 і в статті 30 Закону про авторське право та суміжні права.

Пункт 5 статті 14 насамперед рекомендує сторонам встановлювати винагороду в авторському договорі або у вигляді одноразового платежу, або у вигляді відсотка від доходу за використання. При книжковому виданні твору це означає, що авторська винагорода виплачується у вигляді відсотка від вартості проданих примірників. Закон не встановлює розміру цього відсотка, і тому на практиці винагорода, звичайно,

встановлюється в розмірі 5, 10 або 15 % вартості проданих примірників, хоча зустрічаються і більш низькі (1–2 %), і більш високі (20–25 %) відсотки.

Зазначений відсоток визначається від доходу, отриманого користувачем, тобто видавництвом. Оскільки видавництво зазвичай продає видану книгу за оптовою ціною, то цей відсоток обчислюється від оптової ціни книги. Цю обставину рекомендується безпосередньо вказувати в договорі, оскільки автор бачить книгу в продажі за роздрібною ціною, котра часто значно перевищує оптову ціну. Також відзначимо, що автор твору не може отримати ніякої винагороди від книготорговельних організацій, що отримують прибуток від різниці між роздрібними й оптовими цінами.

Розмір відсотка від вартості проданих книг може бути однаковим для всього накладу або може підвищуватися у разі видання книги великими накладками, або при її перевиданні.

Підвищення розміру відрахувань, виплачуваних авторові, повністю логічне, тому що собівартість кожного наступного накладу менша, ніж попереднього.

Автор літературного твору не має права вимагати, особливо після підписання договору, визначення розміру винагороди у відсотках від доходу, якщо в книзі є ілюстрації або твори інших авторів і якщо книга видається в серії й т. ін.

Досить часто авторська винагорода встановлюється від кількості випущених примірників (а не від кількості проданих примірників). У багатьох випадках автор отримує – за договором – тверду винагороду за весь наклад або за певну кількість випущених примірників.

Автор і видавництво можуть передбачити в договорі виплату авторові разової винагороди. У цьому разі в договорі обов'язково має бути зазначений максимальний наклад видання.

Винагорода може бути виражена в гривнях, у мінімальних розмірах оплати праці або в умовних одиницях. Вираження розміру винагороди в мінімальних розмірах оплати праці або в умовних одиницях дає можливість значно пом'якшити наслідки інфляції.

Зрозуміло, що коли винагорода виражена в умовних одиницях, то платежі здійснюються у гривнях за офіційним курсом на день платежу.

Якщо видавництво укладає договір, то воно може передбачити в ньому виплату авансу. Розмір авансу в Законі не встановлений. Більше того, в Законі не вказано, що аванс має виплачуватися безпосередньо при укладанні договору. Авансом слід вважати будь-які суми, виплачувані авторові до отримання видавництвом доходу від продажу твору.

Звичайно, в авторському договорі (як у договорі замовлення, так і в договорі на готовий твір) передбачається виплата авансу в розмірі

10–20 % від усієї суми авторської винагороди. Аванс виплачується або при укладанні договору, або через короткий проміжок часу (наприклад, один місяць) після укладання договору.

Якщо в авторському договорі аванс позначений як «безповоротний», то він не підлягає поверненню, навіть якщо автор не передасть твір видавництву. Коли такого позначення немає, то аванс може бути повернений назад.

Аванс може виплачуватися понад суму основної винагороди або включатися в загальну суму винагороди.

У договорі може бути записано:

«Винагорода авторові виплачується в розмірі 10 % вартості проданих примірників книги (за відпускними цінами видавництва). У рахунок цієї винагороди при укладанні договору авторові виплачується аванс у розмірі 1000 грн.» або «При укладанні договору авторові виплачується аванс і поверх того – 10 % від ціни проданих примірників книги».

Звичайно, авторська винагорода має грошову форму. Але вона може бути виражена інакше, наприклад передача авторові у власність частини накладу, направлення автора до будинку відпочинку і т. ін. Автор може взагалі відмовитися від отримання винагороди.

При співавторстві винагорода розподіляється між співавторами за згодою між ними, що передбачено статтею 12 Закону. Щоб уникнути різних суперечок і конфліктів, у які може бути втягнене й видавництво, бажано прикладати до авторського договору угоду співавторів про розподіл винагороди або фіксувати цей розподіл у самому договорі.

Порушення авторських прав

Необхідно розрізняти два види порушення авторських прав: 1) порушення авторських прав у межах укладеного договору; 2) порушення авторських прав поза договором, тобто так зване бездоговірне порушення.

Порушення в межах авторського договору. Авторський договір містить у собі різні обов'язки: обов'язок автора передати твір видавництву, обов'язок не передавати права на твір третім особам, обов'язок отримати нараховану винагороду й т. ін. З іншого боку, видавництво зобов'язане використовувати твір тільки за передбаченим договором способом, виплатити авторові винагороду й т. ін.

Будь-які порушення цих зобов'язань тягнуть за собою відповідальність за статтями 41–44 Закону про авторське право та суміжні права, а також за відповідними статтями Цивільного кодексу України (гл. 36 «Право інтелектуальної власності на літературний, художній та інший твір (авторське право)»).

Нижче наведено типові випадки таких правопорушень.

Порушення з боку видавництва:

1. Незазначення імені автора. Звичайно, бажано, щоб у договорі безпосередньо вказувалося, як буде зазначений автор твору (під справжнім ім'ям, під псевдонімом) або він взагалі не буде зазначений.

Незазначення імені автора, що порушує договір, надає право авторові вимагати публікації оповіщення про автора (наприклад, у відповідних ЗМІ), заборони поширення книги, компенсації моральної шкоди.

2. Перекручування твору. Це порушення може спричинити вимогу автора про відшкодування збитків. При цьому автор повинен довести їх розмір, що викликає великі труднощі. Моральна шкода при цьому не відшкодовується. Однак, якщо перекручування твору таке, що завдало шкоди честі й гідності автора, то воно підпадає під статтю 13 Закону, тобто порушує й особисті немайнові права автора. У цьому разі можна вимагати моральних відшкодувань.

3. Прострочення випуску у світ твору. Воно може вести тільки до відшкодування збитків, якщо в договорі не зазначені особливі санкції.

4. Невипуск твору у світ. Уже при укладанні договору видавництво має вирішити, чи є повна впевненість, що твір буде випущений у світ. Якщо такої впевненості немає, тобто твір може й не вийти у світ із вини видавництва або через випадкові обставини, то в договорі слід заздалегідь указати: *«Якщо твір не буде випущено у світ з причин, що не залежать від автора, то», «автор зберігає за собою отриманий аванс, але не може вимагати понад цього стягнення збитків».* У тих випадках, коли в договорі немає таких точних вказівок, вдаються до тлумачення умов договору і з'ясовують, чи взяло видавництво зобов'язання випустити твір у світ. Якщо такого зобов'язання з договору не випливає, то за автором зберігається лише аванс, але вимоги про стягнення збитків понад це мають відхилитися.

5. Прострочення виплати винагороди авторові. Це одне з поширених порушень видавничого договору. У самому договорі може бути передбачена сплата неустойки (пені, штрафу) за прострочення платежу. Якщо це в договорі не встановлено, то підлягає застосуванню відповідна стаття Цивільного кодексу України, що передбачає обов'язок сторони, яка прострочила сплату боргу, нарахувати на борг відсотки в розмірі дисконтної ставки банківського відсотка.

Поряд із цим і автор може допускати порушення договірних зобов'язань у таких діях:

1. Непредставлення твору видавництву. У договорі щодо цього може бути зазначено, що автор повертає отриманий аванс, а договір із ним припиняється. Менш тверді санкції (наприклад, штраф) можуть бути

встановлені в разі незначних затримок здачі твору (наприклад, на один-два місяці), тоді обов'язок автора – відшкодувати тільки реальні збитки.

2. Надання автором права на використання твору третім особам. Якщо видавництво придбало за договором виключні права, а автор, порушуючи договір, передав ті ж права третій особі, то видавництво має право пред'явити авторові претензії на основі договору, а до третьої особи, що використовує твір, – претензії на основі свого володіння виключними правами. Договір може передбачати у цьому разі всілякі санкції – штраф, припинення виплати гонорару й т. ін. У будь-якому разі (якщо це не виключено договором) видавництво може стягнути з такого автора-порушника свої збитки, у тому числі упушену вигоду.

Тепер розглянемо випадки бездоговірного порушення авторських прав. Такі справи можуть порушуватися авторами або іншими власниками виняткових майнових авторських прав на підставі статті 14 Закону про авторське право, а також відповідних статей гл. 36 Цивільного кодексу України «Право інтелектуальної власності на літературний, художній та інший твір (авторське право)» і статей 1166, 1209–1211 гл. 82 «Відшкодування шкоди».

Позови про захист виняткових авторських прав можуть бути пред'явлені не тільки тоді, коли порушення вже має місце, але й тоді, коли воно тільки готується (наприклад, з'являється реклама про майбутній вихід книги або дається публікація про те, що видавництво придбало авторське право на твір, у той час як фактично воно належать іншій особі тощо).

Власник виняткових авторських прав має право вимагати від порушника:

- 1) визнання своїх прав;
- 2) припинення дій, що порушують право або створюють загрозу його порушення;
- 3) відшкодування моральної шкоди;
- 4) відшкодування збитків, включаючи упушену вигоду;
- 5) виплати компенсації в сумі від 10 до 50 000 мінімальних розмірів оплати праці (це так звана «законна компенсація» або «компенсація у твердій сумі») замість стягнення збитків;
- 6) вжиття інших заходів захисту, передбачених цивільним, адміністративним або кримінальним законодавством.

Необхідно більш докладно зупинитися на основних способах захисту, які найчастіше застосовуються на практиці:

1. Відшкодування моральної шкоди. Цей спосіб захисту застосовується авторами або їхніми спадкоємцями в разі порушення права

авторства, права на ім'я, права на опублікування твору або при його перекручуванні, що завдає шкоди честі та гідності автора.

Розмір відшкодування моральної шкоди встановлюється судом на підставі статей 431, 432, 1166–1167 Цивільного кодексу. Норми статті 14 Закону про авторське право при цьому не застосовуються. Моральна шкода компенсується незалежно від заподіяної майнової шкоди.

Присудження компенсації моральної шкоди на користь організації (видавництва) малоймовірно; тому не можна рекомендувати видавництвам висувати вимоги про моральні відшкодування.

2. Законна компенсація. Найпростіший і найпоширеніший спосіб відшкодування заподіяного – майнова компенсація.

Його «простота» полягає в тому, що не треба точно й документально доводити розмір завданих збитків. Вони оцінюються приблизно із поданням зразкових, а не точних обґрунтувань.

Звичайно, при цьому суд може знизити розмір компенсації, що він зазвичай і робить, проте стягнути таку компенсацію набагато легше, ніж довести судові й стягнути заподіяні збитки.

Позови з приводу порушення авторських прав

У суди загальної юрисдикції, а також в арбітражні суди України досить часто подаються позови, що стосуються порушення авторських прав при виданні творів. У судах загальної юрисдикції такі позови розглядаються на підставі Цивільного процесуального кодексу України, а в арбітражних судах – Господарського (Арбітражного) процесуального кодексу України.

Система судів загальної юрисдикції складається з Верховного Суду України, судів суб'єктів України (наприклад, Верховний суд АР Крим, Харківський апеляційний обласний суд) та місцевих судів. Суперечка вирішується шляхом подачі особою, яка пред'являє позов (позивачем), письмової позовної заяви до суду, як правило, за місцем перебування особи, до якої пред'являється позов (відповідача).

У суперечці можуть брати участь і треті особи, тобто громадяни (вони у свою чергу поділяються на громадян-підприємців і звичайних громадян) і юридичні особи (організації).

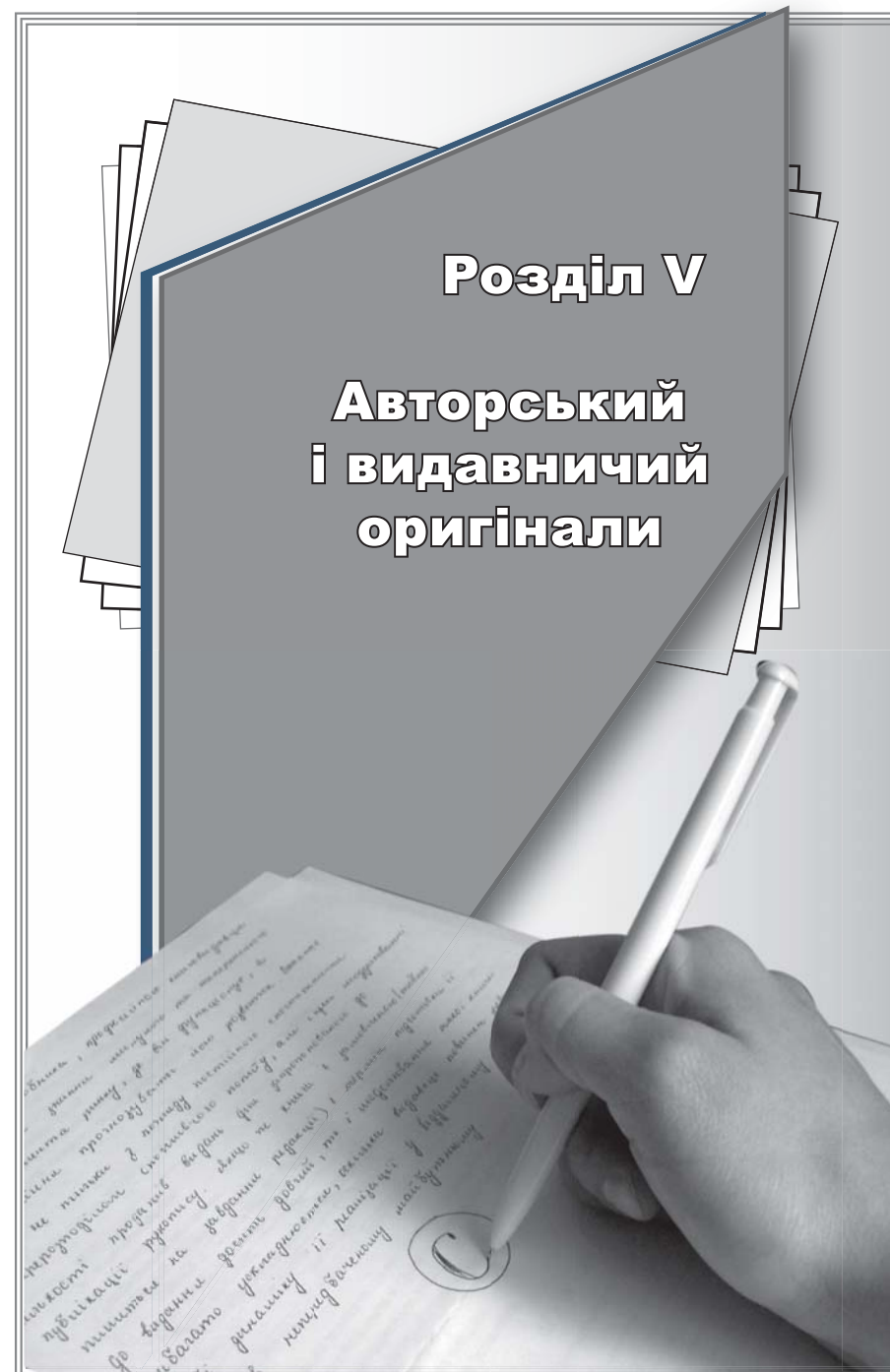
Якщо в суперечці бере участь хоча б один звичайний громадянин (не підприємець), то суперечка розглядається в судах загальної юрисдикції, тобто позов подається до місцевого суду. В інших випадках спори розглядаються в арбітражних судах.

Позовна заява оплачується державним збором (5 % суми позову, при великих сумах цей відсоток знижується), однак автори, які подають позови в місцеві суди, від сплати державного збору звільнюються.

Позивач повинен довести ті обставини порушення авторських прав, на які він посилається, а саме: факт наявності в нього права, а також факт його порушення. Відповідач може спростовувати ці факти або доводити, що в нього було право на використання твору.

При подачі позову або під час його розгляду суд може вжити заходів забезпечення позову (арешт накладу книги, арешт банківського рахунка відповідача, письмову заборону використовувати твір).

Після розгляду справи суд виносить рішення. Винесення рішення часто затягується на тривалий термін, що може складати півтора-два роки з моменту подачі позову. В апеляційних судах справи розглядаються, як правило, у термін до шести місяців. Винесене судове рішення може бути оскаржене.



5.1. ФОРМИ ОРИГІНАЛІВ

Оригінал для поліграфічних видань – це текстовий або графічний матеріал, що пройшов редакційно-видавничу обробку і є основою для створення друкованого видання засобами поліграфічного виконання: відтворення набором, репродукування фотохімічним або електронним способом, виготовлення накладу на друкувальній машині й перетворення після брошурувально-палітурних й оздоблювальних процесів у наклад готового видання.

Основні вимоги до авторських текстових й образотворчих оригіналів, які передаються автором (колективом авторів) у видавництво (видавничу організацію) для видання згідно з укладеним договором, а також вимоги до видавничих текстових оригіналів, що передаються видавництвами (видавничими організаціями) поліграфічному підприємству регламентовано державним стандартом ДСТУ 3772-98 «Оригінали для поліграфічного відтворювання. Загальні технічні вимоги». Цей стандарт не поширюється на текстові оригінали для деяких видів видань, що мають потребу в спеціальних способах виготовлення друкованих форм: унікальних, факсимільних, експериментальних, нотних (без тексту), картографічних. Стандарт не поширюється на оригінали для виготовлення поліграфічної продукції (етикеток, наклейок, чистових товарів і т. ін.), мікрокопій, ксерокопій.

Стандарт призначений для авторів (у тому числі й перекладачів, укладачів, відповідальних за видання та ін.), працівників видавництва (видавничих організацій) і поліграфічних підприємств незалежно від їх відомчого підпорядкування.

Існують два основні види оригіналу – авторський і видавничий.

Авторський оригінал – це оригінал твору, підготовлений автором (колективом авторів), що включає всі необхідні компоненти (основний, додатковий і допоміжний тексти, оригінали ілюстрацій, підписи до них і т. ін.) для передачі у видавництво з наступною видавничо-редакційною обробкою й випуском.

Видавничий оригінал – це авторський оригінал після його редакційно-видавничої обробки, доповнений оригіналами зовнішнього оформлення й розмічений для поліграфічного виконання. Він має видавничу специфікацію, в якій зазначені техніко-технологічні параметри майбутнього видання. Узагальнюючи, можна сказати: видавничий оригінал – це повний проект видання, що є керівництвом для поліграфічного виконання.

Крім цих основних видів оригіналів, існують ще деякі їх різновиди.

Оригінал-макет – це видавничий оригінал, кожна сторінка якого збігається зі сторінкою майбутнього видання. Оригінал-макет може бути машинописним (надрукованим на звичайній друкарській машині) або складеним за допомогою комп'ютерної видавничої системи (КВС). Він підписується до друку й передається в друкарню для верстки й друку.

Репродукований оригінал-макет – це оригінал, підготовлений для виготовлення фотоформи чи друкарської форми фотомеханічним способом або скануванням, як зображення. Зараз, у зв'язку з поширенням комп'ютерного набору й комп'ютерних видавничих систем, цей вид оригіналу широко застосовується для друкування оперативних одноколірних видань із невеликим накладом (авторефератів, матеріалів конференцій, листівок і т. ін.).

При класифікації оригіналів зважають на чотири основних критерії:

✓ *напівтоновий* або *штриховий оригінал* визначає характер сигналу, що створює бінарне зображення (до штрихових належать усі текстові оригінали);

✓ *непрозорий* або *прозорий оригінал* визначає принципи утворення й передачі сигналу, коли зображення сприймається у відбитому або прохідному світлі;

✓ *чорно-білий* або *кольоровий оригінал* визначає особливості спектра сигналу, що створює зображення;

✓ *образотворчий* або *текстовий оригінал* визначає зображення чи логічну (текстову) інформацію.

Оригінали розрізняються також за способом їхнього виготовлення: малюнки, картини, фотографії.

Форми текстових оригіналів

У книгах і брошурах текстовий оригінал – основна частина всього оригіналу. Форми текстового оригіналу різноманітні. Найпоширеніша форма – роздруківка, тобто машинописний оригінал, отриманий за допомогою комп'ютера на друкарському пристрої – принтері. Разом із роздруківкою автор ще подає електронний варіант авторського оригіналу на магнітному носії. Така форма оригіналу вигідна і для автора, і для видавництва.

Для видавництва – тому, що воно може, установивши параметри видання, минаючи всі проміжні стадії, виготовити безпосередньо з магнітного носія репродукований оригінал-макет, тобто оригінал із набраними й зверстаними шпальтами, що готовий для поліграфічного відтворення – виготовлення друкарських форм і наступного друку.

Видавництво також може передати магнітний носій у друкарню, де за допомогою фотоскладального автомата або цифрової друкарської машини, які пов'язані з комп'ютером, можна отримати діапозитиви смуг майбутньої книги або надруковані аркуші. Для автора – тому що не потрібно повторно складати оригінал-макет і подовжувати виробничий цикл. Електронний варіант авторського оригіналу значно скорочує редакційно-видавничий процес, і з бурхливим зростанням кількості персональних комп'ютерів така форма текстового оригіналу є найбільш перспективною. Текст може бути роздрукований для редакторської роботи, а вже потім після роздрукування виправлення на екрані монітора виконає або сам редактор, або оператор за його вказівками.

При повторному виданні автор може, якщо передбачається складальне перевидання, подати у видавництво оригінал у вигляді так званого розклеювання. Це наклеєні на одну сторінку аркушів паперу стандартного формату (від 210×297 до 203×288 мм) сторінки попереднього видання в порядку їхньої нумерації у книзі.

Розклеювання виготовляється із двох розшитих, розібраних примірників попереднього видання. З одного наклеюють парні сторінки, з іншого – непарні. Замість розклеювання автор може, якщо на те згодний видавець і не заперечує друкарня, подати для складального відтворення якісну ксерокопію шпальт книги.

Якщо видавець має намір випустити повторне видання репринтом, тобто репродукуючи шпальти попереднього видання, авторові достатньо подати три примірники книги, в один із яких внесені за допомогою коректурних знаків виправлення.

Одна з досить поширених сьогодні форм видавничого оригіналу – репродукований оригінал-макет, що вже згадувався вище. З набраного тексту на лазерному принтері друкуються шпальти майбутньої книги, які можна репродувати для наступного виготовлення друкарських форм і друку. У них вклеюють або роздруковують на залишені порожні місця оригінали ілюстрацій та інших зображень.

Нарешті, текстовий оригінал у деяких випадках може бути рукописним. Діючий державний стандарт допускає це для таких видань або їхніх частин, як твори мовами, що користуються буквами особливих графічних форм (наприклад, ієрогліфами). Хоча з розвитком видавничих комп'ютерних систем такі оригінали майже не використовуються.

Форми ілюстраційних оригіналів

Авторські оригінали ілюстрацій можуть бути подані у вигляді ескізів для наступного виготовлення з них видавничих оригіналів. Як уже згадувалося вище, оригінали ілюстрацій можна розрізнити за способом

їхнього виготовлення: малюнки (графіки, креслення), картини, фото- і ксерокопії, вирізки штрихових зображень із інших видань, растрові репродукції із книг (у виняткових випадках), фоторепродукції, негативи штрихових і напівтонових зображень із додаванням чорно-білих контрольних відбитків із них, кольорові діапозитиви (слайди) тощо.

Замість оригіналів ілюстрацій автор може подати правильно оформлений бібліографічний список видань, із яких потрібно відтворити запозичені ілюстрації (із зазначенням сторінок і номерів ілюстрацій), або самі ці видання. Звичайно, видання, з яких запозичаються ілюстрації, подають, коли вони випущені іншими видавництвами, а список – коли це книги видавництва, що випускає дану книгу.

5.2. ОСНОВНІ ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДО АВТОРСЬКИХ І ВИДАВНИЧИХ ОРИГІНАЛІВ

Державним стандартом ДСТУ 3772-98 «Оригінали для поліграфічного відтворення. Загальні технічні вимоги», встановлено нормативні вимоги до оригіналів. Однак на практиці на деякі з цих вимог дивляться крізь пальці. Цей стандарт розроблявся на підставі галузевих стандартів Радянського Союзу, які були затверджені тоді, коли стан видавничо-поліграфічного комплексу був зовсім іншим. Книги випускалися величезними накладками, поліграфічних потужностей не вистачало і їх лімітували та розподіляли між державними видавництвами централізовано. Не всі видання, які закріплювалися за тією або іншою друкарнею, були їй економічно вигідні. Тому, хоча розроблювачі стандартів, установлюючи нормативні вимоги, виходили в основному з того, щоб оригінал не створював виробничих складностей, не знижував продуктивності праці в друкарні, не підвищував кількості помилок у наборі, друкарні при зручній нагоді користувалися нормами стандартів для того, щоб на законній підставі не прийняти оригінал. Саме це призвело до того, що багато вимог цих стандартів можна назвати бюрократичними, а не справді вимогами для підвищення якості.

На жаль, усі ці вимоги залишилися у стандарті без суттєвих змін.

Зараз відносини видавництв і друкарень почали змінюватися. Багато друкарень, відчуваючи нестачу в замовленнях, готові прийняти й оригінал, що не відповідає технічним вимогам стандартів, хоча це, як правило, не може не позначитися на якості поліграфічного оформлення видання.

Нижче наводяться вимоги стандартів, яких необхідно дотримуватися неодмінно, і деякі з бажаних, а ті, що втратили своє значення – опущені.

Вимоги до текстових оригіналів однакові як для авторських, так і для видавничих, оскільки видавництву нема рації отримувати від автора оригінал, що не годиться для поліграфічного відтворення. Це й робить бажаним введення у договори основних технічних вимог, яким має відповідати авторський оригінал.

Текстовий машинописний оригінал

Вимоги до текстового машинописного оригіналу наведені у відповідності до діючого ДСТУ 3772-98. Наведемо не тільки вимоги цього стандарту, але й рекомендації сучасного поліграфічного виробництва.

Машинописний оригінал має бути надрукованим на друкарській чи складально-друкарській машинці із застосуванням стрічки чорного кольору. На практиці текстовий оригінал друкують на лазерному принтері з роздільною здатністю не менше 300 dpi. Такий оригінал потрібно друкувати на одній сторінці стандартних аркушів паперу формату 210×297 мм і 203×288 мм (або 288×407 мм або 297× 420 мм для розгорнутих таблиць) з такими полями: верхнє – 20 мм, праве – 10 мм, ліве та нижнє – не менше 20 мм. Такі поля потрібні для того, щоб узявши в руку сторінку не зачіпати пальцями тексту, забруднюючи його, і щоб було місце для технічних вказівок виконавцям.

Відстань між рядками тексту – два інтервали, оскільки можна вільно вставляти або друкувати між рядками додаткові букви чи слова; між рядками заголовків граф у таблиці – один інтервал; між текстом і заголовками – три інтервали (так вони помітніші і більше місця залишається для вказівок щодо набору й верстки). Висота малих літер за стандартом має бути не менше 2 мм (на практиці використовується розмір шрифту 12 або 14 пунктів).

Стандарт установлює кількість знаків у рядку 60 ± 2 і кількість рядків на повній сторінці 29 ± 1 . Це для того, щоб полегшити підрахунок загальної кількості знаків в оригіналі. Але, якщо текст набраний на комп'ютері, ці нормативи мають бути іншими. Тому зараз багато видавництв і поліграфічних підприємств розробляють свої вимоги, які найбільше прийнятні для власного поліграфічного обладнання.

Абзацний відступ має бути однаковим по всьому оригіналу (3–5 символів для машинки, або 1,25 мм – для ПК).

Рукописні вставки дозволяються у тому разі, якщо текст не можна надрукувати на друкарській машинці, або набрати на комп'ютері (немає таких знаків). Писати бажано чорною пастою, чітко, пояснюючи на полях, яка саме літера і який алфавіт вписані, якщо вона може бути прийнята верстальником за іншу. Що стосується виправлень, вставок, вилучень, то можна визначити загальноприйняті правила: чим їх

менше – тим набір виконується швидше й з меншою кількістю помилок, а чим більше – тим повільніше й з більшою кількістю помилок.

Сторінки оригіналу необхідно пронумерувати: в авторському оригіналі простим олівцем у правому куті верхнього поля, у видавничому – кольоровим (звичайно синім) у правому верхньому куті сторінки. Номери з літерними додаваннями (250, 250 а, 250-6) небажані, але якщо їх не вдалося уникнути, у нижньому полі попередньої сторінки пишуть у кружечку номер першої сторінки з літерним доданням (наприклад: Наст. 250 а), а в нижньому полі останньої сторінки з літерним доданням у номері – номер наступної сторінки – уже без такого додавання (наприклад: Наст. 251).

Текст оригіналу має бути розмічений так, щоб усі слова, літери або знаки були виділені в наборі відповідно до авторського й видавничого задуму, дефіс не був прийнятий за тире й навпаки, арабська цифра за римську й навпаки, дужка була б потрібного малюнка, незвичайне написання не було б виправлене (таке написання підкреслюють простим олівцем і на полях навпроти нього пишуть: Так!).

Знаки для розмітки оригіналу під час його обробки (вичитування, технічної розмітки) використовуються відповідно до ГОСТ 7.62-90 «Знаки для разметки оригиналов и исправления корректурных и пробных оттисков».

Примірники репринтувальних книг

Відповідно до вимог ДСТУ 3772-98 для перевидання без змін мають бути підготовлені два примірники з виправленнями в одному, виконаними коректурними знаками (ГОСТ 7.62-90), в іншому – з наклеєними виправленнями (номери таких сторінок зазначають у специфікації). Причому, на оригіналі мають бути замінені всі вихідні відомості. Обов'язкова висока якість друку тексту (чисте очко букв і знаків, рівномірна насиченість фарби), чисті пробіли й поля.

Змінений текст слід набрати шрифтом тієї ж гарнітури, накреслення й кегля, що й у тексті видання, яке репродукується, відтиснути на папері такого ж кольору, що й у виданні, і клеїти у потрібне місце клеєм, висихання якого не викликає жовтизни й жолоблення.

За необхідності виправлення однієї-двох літер у слові має бути виправлене ціле слово. Не допускається в одному рядку більше одного наклеювання, наклеювання підряд двох чи більше рядків, наклеювання рядків, які розділяє лише один рядок, що не підлягає виправленню. Усі ці вимоги спрямовані на те, щоб репродукція не була з дефектами, звідси такі вимоги й до наклеювання у репродукованому виданні.

Чорною тушшю можна акуратно вставляти розділові надрядкові та підрядкові знаки, знаки переносу, акценти, а білим непрозорим лаком, білилом, гуашшю закривати непотрібні знаки.

До примірників видання слід прикласти комплект оригіналів напівтонових ілюстрацій і зовнішнього оформлення, а за наявністю виправлень у штрихових ілюстраціях – і оригінали тих із них, до яких внесені виправлення.

За відсутністю оригіналів напівтонових ілюстрацій за узгодженням із друкарнею замість них можуть бути подані примірники видань, де ці ілюстрації були відтворені вперше й не містять перекручень, що нашаровуються з кожним наступним відтворенням.

Рукописний оригінал

Рукописний оригінал має бути написаний чітко, розбірливим почерком чорним, фіолетовим чи синім чорнилом із застосуванням графарету. Складні табличні матеріали мають бути виконані чорним чорнилом чи тушшю.

Рядки на рукописному оригіналі мають бути рівні по горизонталі чи по вертикалі залежно від системи писання. Оригінали виконуються на білому папері формату 203 мм × 228 мм або 210 мм × 297 мм. Картковий рукописний оригінал виконується на картках із щільного паперу.

Текст слід писати з одного боку аркуша, згідно з правилами відповідного правопису.

Ілюстраційні оригінали

Загальні технічні вимоги до таких оригіналів установлює ДСТУ 3772-98. Коли ж за умовами договору ілюстраційні оригінали автор подає у вигляді негативів або діапозитивів, то ці вимоги дійсні й для них, за винятком фоторепродукцій із творів живопису та графіки, якщо останні не створювалися спеціально для репродукування, а також з унікальних архівних документів і т. ін.

ДСТУ 3772-98 вимагає, щоб образотворчий оригінал був плоским, із гладенькою поверхнею, без дефектів, що заважають відтворенню або спотворюють його, наприклад, подряпин, якщо це не підкладка прозорого оригіналу й подряпини на ній не впливають на якість відтворення; без плям, проколів, непотрібних написів, загинів, фальців, тріщин, забруднень будь-якого походження й т. ін.; з написами й штампами на звороті, непомітними на лицьовому боці. Деталі зображення мають бути візуально різкими, якщо їх нерізкість не потрібна спеціально. (Ми не наводимо кількісних значень різкості й інших показників якості – це тема іншого видання). Зернистість фотографій не може

бути помітною при розгляданні зображення у масштабі репродукції. На глянцеви́х фотографіях глянець має бути рівномірно розподілений по всій поверхні.

Окремі оригінали, призначені для розміщення на одному монтажі (формі), повинні мати однакові характеристики (градаційний вміст, колірність і мінімальну та максимальну оптичну густину).

Формат оригіналу ілюстрації, який у виданні буде розміщений під край, має відповідати формату видання до обрізування з урахуванням масштабу відтворення мінус 2 мм з того боку, що виходить під край.

Загальні характеристики ілюстраційних оригіналів зведені в табл. 5.1.

Таблиця 5.1

Характеристики ілюстраційних оригіналів

	Прозорі	Непрозорі
Розміри полів, мм	не менше 3	не менше 10
Масштаб відтворення, %		—
✓однокольнірові та з творів мистецтва	≤ 400	
✓багатокольнірові й плакати, розглянуті з відстані більше 1 м	≤ 800	
Допустиме відхилення оптичної густини		
✓на світлих ділянках		± 0,10 Б
✓на темних ділянках		± 0,20 Б

На звороті кожного непрозорого оригіналу й на конверті для прозорого потрібно відтиснути штамп і вказати в ньому прізвище автора та (або) заголовок, назву видавництва, вид оригіналу, номер, спосіб друку, масштаб відтворення, а на оригіналах із творів мистецтва – реєстраційний номер, місцезнаходження, прізвище фотографа, дату зйомки. Оригінали мають супроводжуватися даними про номери необхідних для їх відтворення друкарських фарб за каталогом фарб чи зразками відбитків, отриманих цими фарбами.

Вимоги до оригінал-макетів для прямого відтворення

Для виготовлення оригінал-макета має бути використаний вичитаний, відредагований і розмічений оригінал, який друкується на папері білизною не менше 83 % чи на спеціальній плівці з одного боку; формат сторінки та полів оригінал-макета вибираються з урахуванням вимог ГОСТ 5773-90 «Издания книжные и журнальные. Форматы» (допустимі відхилення розмірів верхнього та нижнього полів – ±2 мм, правого краю – у межах ±1 мм).

Міжрядкові інтервали на оригінал-макеті мають бути постійними й відповідати вимогам специфікації. Нумерація сторінок друкується одночасно з текстом.

Для виготовлення оригінал-макетів мають використовуватися комп'ютерні чи фотоскладальні шрифти будь-яких гарнітур. Кегль шрифту основного тексту не може бути більше 8 п., а додаткового – 6 п.

Шрифт повинен мати рівномірну насиченість. Оптична густина тексту на папері має бути не менше 1,2 Б і однаковою для всього оригінал-макета. Для оригінал-макетів на спеціальній плівці різниця між оптичною густиною шрифту та підкладки має бути не менше 2,0 Б.

До оригінал-макета обов'язково додається ілюстраційний матеріал:

1. Штрихові ілюстрації з масштабом відтворення 1:1 мають вклеюватися в оригінал-макет, або для них залишається місце, якщо зменшується масштаб їх відтворення;

2. Контрольні фотовідбитки, отримані з напівтонових одноколірних та багатоколірних оригіналів за масштабом відтворення 1:1 і растра з лініатурою 40 см⁻¹ та вищою, мають бути вклеєні в оригінал-макет. Коли масштаб відтворення змінений, контрольні фотовідбитки з напівтонових оригіналів також мають бути вклеєні в оригінал-макет. Оригінали з лініатурою растра до 34 см⁻¹ у масштабі 1:1 можуть бути відтворені одночасно з текстом на лазерному принтері.

На оригінал-макеті не допускається наявність:

- ✓ розривів, ореолів, слідів тонера на пробільних ділянках зображення;
- ✓ знаків інших гарнітур, кеглів і накреслень;
- ✓ дефектів (здвоєних знаків, відсутніх чи завеликих пробілів між літерами в словах, слідів виправлень, нерівномірної оптичної густини шрифту на сторінці видання без полів);
- ✓ більше однієї наклейки у рядку: наклейки однієї літери чи групи літер у слові; більше двох наклеєних рядків на сторінці, відокремлених рядком, що не виправляється;
- ✓ плям або зморшок.

На оригінал-макеті допускається виправляти окремі слова, рядки, абзаци, які мають бути виконані на тому ж матеріалі, що й оригінал-макет, і акуратно наклеєні (вклеєні) на виправлене місце. Видалення окремих знаків необхідно робити коректором. Допускається робити дрібні виправлення (розділових знаків та ін.) чорною тушшю.

5.3. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ОРИГІНАЛУ

Одна з найважливіших вимог до оригіналу, що подає у видавництво автор, – його комплектність, тобто наявність у ньому всіх частин, склад яких змінюється залежно від його особливостей.

Для авторського оригіналу виділяють такі основні частини:

1. Титульний аркуш, оформлений у відповідності до ГОСТ 7.4-95 «Издания. Выходные сведения» і підписаний автором (усіма спів-авторами). На ньому потрібно позначити дату здачі, вказати загальну кількість сторінок у текстовій частині, а також перелічити складові частини всього оригіналу й кількість одиниць у кожній.

2. Текстовий оригінал, що включає основні й додаткові тексти, а також компоненти апарата, які замовлені автором: а) передмова; б) зміст; в) анотація та (або) реферат; г) тексти колонтитулів; д) словник предметного або іншого покажчика; е) затекстові примітки й коментарі; ж) бібліографічний список; з) список або покажчик ілюстрацій.

3. Копія (2-й прим.) текстової частини оригіналу, ідентична основному примірнику.

4. Робочий зміст – перелік усіх без винятку заголовків видання, надрукованих у вигляді наочної схеми, що показує їх співвідпорядкованість (найзначущих – від першої ліворуч вертикалі, позначеною цифрою 1, інші – за значущістю – від другої ліворуч вертикальної лінійки, позначеної цифрою 2 і т. д.). У кожного заголовка проставляють номер сторінки оригіналу, на якій заголовок надрукований.

За робочим змістом перевіряють логічність і стрункість композиції, правильність рубрикації й розмічають заголовки відповідно до їх значущості.

5. Авторські оригінали ілюстрацій.

6. Текст підписів до ілюстрацій.

Інші загальні вимоги:

а) здача в остаточному вигляді, без розрахунку на доробку при коректурі;

б) уважний перегляд автором кожної сторінки;

в) розмітка автором (вказівки, як набрати важкі місця, куди заверстати ілюстрації, надруковані на окремих сторінках таблиці);

г) напис на полях навпроти цитат, запозичень, числових та інших фактичних даних (за відсутності в самому тексті бібліографічних посилань на їхні джерела) бібліографічних відомостей про ці джерела.

Ми перерахували вимоги, які найчастіше використовуються, але у кожного поліграфічного підприємства, безперечно, є свої особливі вимоги до оригіналів.

5.4. ЗЧИТУВАННЯ Й ВИЧИТУВАННЯ ОРИГІНАЛУ

Завдання зчитування – звірити передрукований у видавництві оригінал з авторським для того, щоб не допустити пропусків, випадкових додавань і змін. Зчитування входить до редакційно-видавничого

процесу тільки тоді, коли авторський оригінал піддається у видавництві великому редакторському виправленню, що в сучасній видавничій справі, як правило, зустрічається дуже рідко.

У вичитування – інше завдання. Вичитати оригінал – означає, читаючи, зробити його граматично бездоганним, зрозумілим усім, хто його набиратиме, а майбутню книгу – зручною для читання у всіх деталях.

Вичитування, по суті, продовжує й завершує редакторську роботу над оригіналом. Якщо редактор, займаючись загальним редагуванням, аналізує твір, головним чином, за його змістом та формою, то вичитуючи його, він займається деталями редакційного оформлення та ще раз перевіряє оригінал на «свіже око».

Завдання вичитування: усунути орфографічні, пунктуаційні й буквені помилки; вибрати таку пунктуацію з декількох можливих варіантів, що полегшувала б розуміння, а не створювала для нього перешкоди; надати однотипним і повторюваним елементам однакової форми; привести елементи тексту у відповідність до вимог стандартів, інструкцій, з видавничою традицією; перевірити правильність різних нумераційних рядів (таблиць, ілюстрацій, приміток, сторінок оригіналу й т. ін.); звірити, чи збігаються заголовки всередині тексту та у змісті, що пояснюють слова в тексті й у примітках, текст у дублікаті й оригіналі; відзначити всі фактичні, логічні, стилістичні й інші недоліки, які залишилися в оригіналі за недоглядом автора або редактора; зробити зрозумілими для верстальника всі літери, знаки, цифри, котрі нечітко надруковані або можуть бути сприйнятими за інші, близькі за написанням.

У великих видавництвах вичитування доручають, звичайно, найбільш кваліфікованим коректорам, здатним не тільки перевіряти граматичну форму й пунктуацію, але й доходити до змісту твору. Вичитування дається не кожному. Якщо оригінал вичитує редактор, найкращий результат досягається тільки тоді, коли цей процес виділяється в самостійний.

Вичитується оригінал обов'язково, незалежно від того, чи набиратиметься текст оригіналу в друкарні, чи в самому видавництві за допомогою комп'ютерної видавничої системи.

5.5. ТЕХНІЧНЕ РЕДАГУВАННЯ ОРИГІНАЛУ

Для того щоб видавничий оригінал став закінченим проектом книги, його потрібно технічно обробити – вказати, яким чином необхідно набрати й розмістити кожну дрібну деталь текстового оригіналу, як відтворити й розмістити кожне графічне зображення. Цю розмітку, керуючись планом оформлення й макетом художника,

виконує технічний редактор. Якщо ж плану оформлення й макета немає, технічний редактор виступає ще й як дизайнер: визначає, а не тільки розмічає, яким шрифтом набирати елементи тексту, заголовки, як виконувати графічне оформлення й т. ін.

Технічний редактор ще раз перевіряє якість оригіналів і заповнює бланк «Технічної видавничої специфікації поліграфічного виконання видання».

Навіть при не дуже складній книзі технічному редактору треба тільки по набору й верстці заповнити більше двох десятків пунктів специфікації: гарнітура, кегль, накреслення, інтерліньяж (міжрядковий пробіл) шрифту, яким потрібно набрати основні, додатковий і допоміжний тексти, заголовки, вид набору, формат і висоту смуги у квадратах і рядках і т. д.

Після обробки технічним редактором оригінал готовий до здачі у друкарню або для набору на КВС свого видавництва.

При технічній розмітці оригіналу, хто б її не виконував, слід дотримуватися гігієнічних вимог галузевих стандартів до оформлення.

Міждержавні стандарти ГСТУ 29.124-94 «Видання книжкові. Загальні технічні умови» та ГСТУ 29.127-96 «Видання книжкові для дітей. Загальні технічні вимоги», адресовані відповідно дорослому читачеві та дитячій аудиторії, встановлюють для книжкових видань мінімально припустимі кеглі шрифтів основного, допоміжного й додаткового текстів залежно від виду видання, сорту паперу тощо.

Вимоги ГСТУ 29.124-94 наведені в табл. 5.2.

Таблиця 5.2

Мінімально припустимі кеглі шрифтів для різних видів видань

Видання	Кегль, пункти, не менше		
	Основний текст		Допоміжний чи додатковий текст обсягом ≤ 1500 зн.
	Газетний папір	Будь-який інший папір	
Літературно-художні	10	9	7
Науково-популярні	9i*	8i	7
Словниково- енциклопедичні	8i	7i	6
Окремі статті в них обсягом ≤ 1500 зн.	7	6	6
Інші	9	8	7

* Буквою «i» позначена необхідність набирати текст видання шрифтом такого кегля із збільшеним інтерліньяжем.

У книжкових виданнях для дітей ГСТУ 29.127-96 установив гігієнічні вимоги залежно від вікової групи читачів, графічної основи шрифту та фону, за яким друкується шрифт (табл. 5.3).

Таблиця 5.3

Вимоги до дитячих видань			
Кегль, пункти	Збільшення інтерліньяжу, пункти	Довжина рядка	
		квадрати	мм
Видання для дітей до 6 років включно			
а) При друці по білому фону			
На кириличній графічній основі			
≤ 20	2–6	6 ½–9 ½	117–171
16, 18	4–6	6 ½–9 ¼	117–167
117–167	4–6	6–8 ½	108–153
На латинській графічній основі			
16	4–6	6 ½–9 ¼	117–167
б) При друці по кольоровому або сірому фоні, а також по кольоровій ілюстрації			
≤ 20	≤ 4	7–9 ½	126–171
Видання для дітей 7–10 років			
а) При друці по білому фоні			
На кириличній графічній основі			
≤ 20	2–6	5–9 ½	90–171
16, 18	2–6	4 ½–9 ¼	81–167
14	≤ 2	4 ½–8 ½	81–153
12	≤ 2	4 ½–7 ¾	81–140
На латинській графічній основі			
≤ 14	22	4 ½–8 ½	81–153
б) При друці по кольоровому або сірому фоні, а також по кольоровій ілюстрації			
≤ 16	24	4 ½–9 ¼	81–167

Закінчення табл. 5.3

Кегль, пункти	Збільшення інтерліньяжу, пункти	Довжина рядка	
		квадрати	мм
Видання для дітей 11–14 років <i>а) При друці по білому фоні</i> На кириличній і латинській графічній основі Основний текст			
12	2–4	4–8 ½	72–153
10	2–4	4–7	72–126
Допоміжні й додаткові тексти			
9	2–4	4–7	72–126
<i>б) При друці по кольоровому або сірому фоні, а також по кольоровій ілюстрації</i>			
12	–	4–8 ½	72–153
Видання для дітей 15–17 років На кириличній і латинській основі Основний текст			
12	22	3 ¾–7 ½	68–136
10	22	3 ½–7	63–126
10	–	3 ¾–6 ½	68–117
9	22	3 ½–6	63–108
Допоміжні й додаткові тексти			
8	22	3 ½–6	63–108

При цьому стандарт вимагає застосовувати у виданнях для дітей шрифти тільки певних груп (ГОСТ 3489.1-71 «Шрифты типографские (на русской и латинской графических основах). Группировка. Индексация. Линия шрифта. Емкость»), відповідної місткості (кількості знаків у рядку довжиною 1 квадрат) і накресленню (табл. 5.4).

Таблиця 5.4

Припустимі кеглі шрифтів у виданнях для дітей

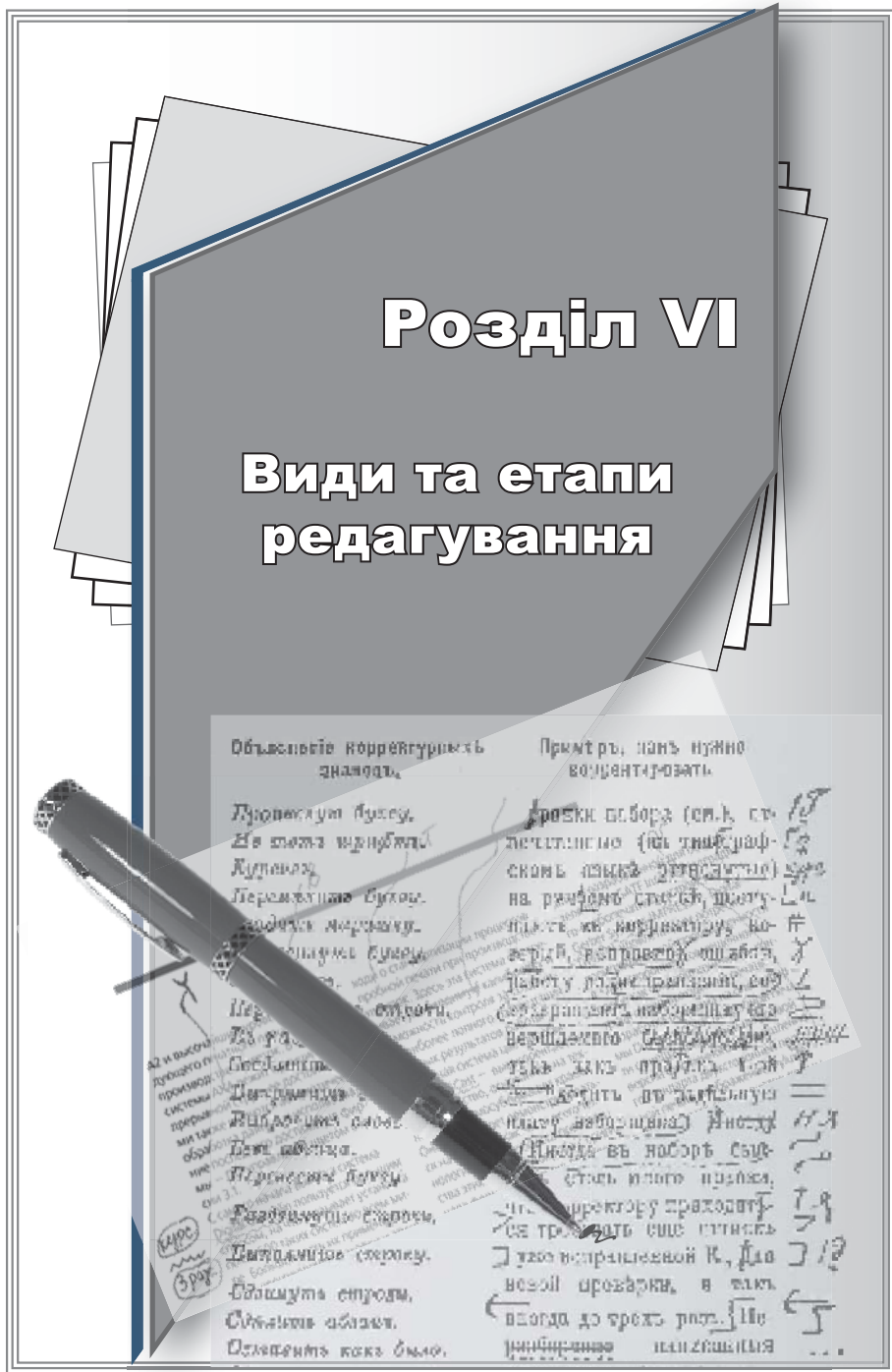
Кегль, пункти	Група шрифтів	Місткість знаків, не більше	Накреслення
Видання для дітей до 6 років включно			
а) По білому фоні			
20	Рубані, нові малоконтрастні	5,0	Нормальне або широке світле пряме

Закінчення табл. 5.4

Кегль, пункти	Група шрифтів	Місткість знаків, не більше	Накреслення
16, 18	Рубані, нові малокоонтрастні	6,0	Нормальне або широке світле пряме
14	Рубані	6,7	Широке або найширше світле пряме
<i>б) По не білому фону</i>			
20	Рубані	5,0	Широке світле пряме
Видання для дітей 7–10 років			
20	Рубані, нові малокоонтрастні	5,2	Нормальне або широке світле пряме
16, 18	Рубані, нові малокоонтрастні	6,4	Нормальне або широке світле пряме
14	Рубані, нові малокоонтрастні	7,2	Нормальне або широке світле пряме
12	Рубані	7,7	Широке або найширше світле пряме
Видання для дітей 11–14 років			
12	Будь-яка	–	Нормальне або широке світле пряме
10	Будь-яка	9,5	Нормальне або широке світле пряме
9	Будь-яка	9,5	Нормальне або широке світле пряме
Видання для дітей 15–17 років			
10, 12	Будь-яка	–	Нормальне або широке світле пряме
10	Будь-яка	9,5	Нормальне або широке світле пряме
8,9	Будь-яка	10,2	Нормальне або широке світле пряме

Стандарт утворює ще ряд вимог до шрифтового складального оформлення видань для дітей, що стосуються допустимості дво- і багатошпальтового набору, набору виділень і т. ін.

Більш докладні відомості щодо вимог до шрифтового оформлення видань див. у відповідних нормативних документах та навчальних посібниках, наведених у переліку рекомендованої літератури (Дорош А. К., Ткаченко В. П., Челомбітько В. Ф. Обробка текстової інформації у видавничих системах. Частина 1: Теоретичні основи обробки текстової інформації: Навч. посіб. – Х.: Компанія СМІТ, 2007. – 308 с.).



6.1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЗМІСТ ПРОЦЕСУ РЕДАГУВАННЯ

Поняття редагування

Зважаючи на рівень розвитку сучасної вітчизняної й зарубіжної редакційно-видавничої справи, поняття редагування слід розглядати в широкому та вузькому розуміннях.

У *широкому розумінні* – **редагування** є видом професійної діяльності, пов'язаною з підготовкою до випуску різної видавничої продукції, а також теле-, радіопередач і кінофільмів. Така діяльність здійснюється здебільшого у сферах засобів масової інформації, книговидаванні й кінематографії.

У *вузькому розумінні* – **редагування** є складовою редакційно-видавничого процесу, що передбачає послідовне виконання редактором цілої низки організаційних, творчих і технічних функцій, спрямованих на вдосконалення змісту й форми призначеного до друку (передачі в ефір) твору, приведення його у відповідність до загальноприйнятих вимог і правил.

Спроби формалізувати творчість (письменника, журналіста, редактора, художника), виділити й підрахувати «творчі й нетворчі операції» здійснювалися неодноразово. Але вони щоразу зазнавали невдачі. Причина одна – суб'єктивна – особистість редактора.

Можна виділити два основних типи особистості редактора – «інженерний» і «творчий».

Так, наприклад, той самий текст обробляють два різних редактори. І обидва тексти можуть бути цілком задовільними. В одному будуть ретельно виправлені всі помилки, уніфіковані всі його складові, він матиме логічну й мотивовану структуру, а виклад матеріалу не зачепить «за живе» нікого, читач відкладе його вбік після прочитання декількох абзаців або сторінок. В іншому – той же матеріал буде викладений більш художньо, викликатиме якісь асоціації, думки.

У першому випадку текст правив «інженерний» редактор, котрий, як машина, сліпо дотримувся норм, у другому – «творчий». Звичайно ж, золота середина, – коли ці два типи поєднуються в одній особі.

Крім того, співвідношення творчих і нетворчих основ у редагуванні залежатиме ще й від виду видання.

Розглянемо організацію процесу редагування й спробуємо виділити етапи, зміст і послідовність роботи редактора над оригіналом. При цьому слід пам'ятати, що такий розподіл є досить умовним. Розглянута

послідовність у кожному конкретному випадку залежатиме від декількох чинників:

- ✓ виду й складності оригіналу;
- ✓ міри його підготовленості;
- ✓ досвідченості редактора;
- ✓ організації видавничого процесу в конкретній редакції або видавництві.

Етапи редагування

Основні етапи редагування:

- 1) перше, наскрізне читання;
- 2) доведення (разом із автором) оригіналу до комплектності;
- 3) робота над структурою (композицією);
- 4) визначення єдиного стилю подання тексту;
- 5) робота з допоміжною й службовою частинами видання;
- 6) робота над заголовками;
- 7) редакційне виправлення (із застосуванням різних видів редагування).

Перше, наскрізне читання

На підготовчому етапі редакційно-видавничого процесу редактор загалом уже міг скласти перше враження про оригінал, який він готуватиме до друку. Але перш ніж узятися за ручку (або почати правити на екрані комп'ютера), він зобов'язаний швидко прочитати весь твір.

Практика підтверджує, що редактори-початківці нерідко ігнорують цей етап і беруться правити текст, відразу ж, прочитавши перший абзац. Згодом може з'ясуватися, що не треба було витратити на це час, оскільки вся відредагована частина у взаємозв'язку з іншими складовими тексту матиме потребу в скороченні, корінній переробці чи перенесенні її в інше місце оригіналу. І такого висновку редактор може дійти лише після того, як прочитає весь твір, оцінить його, визначить сильні й слабкі сторони.

Методика першого читання може бути різною, це залежить насамперед від досвіду редактора. Досвідчені «акули пера» виробили свої критерії такого читання: спочатку вони звертають увагу на зміст і структуру твору; далі швидкий перегляд більшості сторінок, вибіркове читання окремих параграфів у різних частинах оригіналу, з'ясування еклетики викладення тексту, повторів, кількості логічних, значеннєвих або мовних помилок тощо. У початківців цей етап роботи може дуже розтягнутися. Але практика показує, що на цьому не слід заощаджувати час.

Отже, *перше правило* редагування: не можна починати редагувати текст (чи перекладати його з іншої мови), ретельно не ознайомившись із ним.

Таким чином, перше читання дає можливість редакторові визначити міру свого майбутнього втручання у текст, види й кількість виправлень.

Доведення (разом із автором) оригіналу до комплектності

Після першого читання стають явними недоробки автора. Насамперед це стосується комплектності оригіналу, тобто наявності всіх його складових частин. Відсутність посилань до розділів, недописаність окремих параграфів, відсутність ілюстрацій, незавершеність таблиць або схем – все це може стати серйозною перешкодою для роботи редактора, дотримання строків проходження оригіналу на всіх етапах редакційно-видавничого процесу. Тому на цьому етапі редагування слід уточнити, разом із автором, склад поданого оригіналу, виявити відсутні складові, і прийняти рішення: або відкласти роботу, або почати правити, домовившись із автором про кінцеві строки ліквідації недоробок.

Робота над структурою (композицією) оригіналу

Це відповідальний етап, від виконання якого залежатиме якість змістовної частини майбутнього видання. Йдеться, насамперед про структурну організацію всього тексту, логічного взаємозв'язку всіх його частин, незалежно від того, чи це журналістський твір, чи книжкове видання. Звичайно ж, книга вимагає більше уваги редактора.

Досвідчений і небайдужий редактор, отримавши від автора в цілому читабельний, але ретельно не структурований оригінал, добре попрацює над тим, аби тільки майбутнє видання було зручним для користування читачем. Особливо тоді, коли йдеться про підручник, посібник, науково-популярне видання або монографію. Безумовно, структура видання є кращою, якщо окремі розділи будуть розділені на параграфи, а ті, у свою чергу, на підпараграфи, але тільки досвідчений редактор може підказати як грамотно структурувати видання, щоб витримати загальну структуру викладу і його пропорційність.

Знову ж, тільки редактор зможе підказати авторові, чого не вистачає в цьому оригіналі. Наприклад, не вистачає контрольних запитань і завдань після кожної теми; або книга стане кращою від того, якщо в ній буде подано вступне слово відомого фахівця із цієї проблематики; або ілюстративний матеріал слід урізноманітнити, а не подавати лише портрети; або до алфавітного покажчика необхідно додати ще й предметний і географічний. Цей ряд редакторських пропозицій щодо вдосконалення структури видання можна продовжувати.

Визначення єдиного стилю подання тексту

Дотримуючись у цілому загальних вимог підготовки для газетно-журнального й книжкового ринку друкованої продукції (випуску в ефір радіо- і телепрограм), кожна редакція або видавництво може мати свій власний стиль подання текстів або програм. Йдеться, зокрема, про форми розміщення основного, службового або допоміжного текстів, змісту, виділення заголовків, повноту опису бібліографічних посилань. Є ціла

низка особливостей й у поданні деяких складових тексту. Так, наприклад, у написанні прізвищ переважаючим є європейський стиль – лише повні імена й прізвища, інші дотримуються старого підходу: або застосовують ініціали, або повне написання імен, по батькові й прізвищ. Те саме стосується й цифр, особливо у написанні століть, років, а також у географічних назвах. Єдиних критеріїв слід дотримуватися й у скороченому написанні окремих слів.

Друге правило: виробивши єдиний стиль подання тексту в конкретному виданні, редактор уже не може допускати різного подання складових тексту. Наприклад, в одному розділі в переліку прізвищ вказувати М. П. Петров, В. О. Шевченко, а в наступному – Микола Довгопол, Сергій Пилипенко. Ознакою недостатнього редагування вважатиметься також застосування в одному розділі слів область, район, село, місто, а в наступному – обл., р-н, с., м.

Робота з апаратом видання

Наявність і повнота в майбутньому оригінал-макеті допоміжної частини видання (додатків, бібліографічних описів, покажчиків, словників, посторінкових виносів, змісту) також залежить від редактора, його тісного співробітництва з автором. Зазначені складові тексту, як правило, редагуються після завершення роботи над основною частиною оригіналу, але можуть знаходитися в роботі й паралельно. Це ж стосується й службової частини видання (авантитулу, розгорнутого титулу, колонцифр, колонтитулів).

Обробляючи текст основної частини, редактор завжди повинен пам'ятати, що будь-які внесені виправлення мають автоматично відбиватися в службовій або допоміжній частині. Насамперед це стосується змісту, написів на колонтитулах.

Робота над заголовками

Чимало досвідчених редакторів без перебільшення стверджуватимуть, що вибір точного заголовка журналістського матеріалу, або підбір і редагування всіх заголовків, є одним із найскладніших етапів редагування.

Найбільша робота над заголовками чекає редактора в книжковому, добре структурованому виданні. Назви тут даються всім підрозділам книги (глави, розділи, параграфи тощо), і всім структурним частинам рубрик (допоміжні покажчики, таблиці, ілюстрації й ін.). Заголовки виконують у тексті кілька важливих функцій:

- ✓ полегшують роботу читача з виданням;
- ✓ організовують процес читання;
- ✓ дають можливість читачеві осмислено працювати з окремими частинами видання;
- ✓ готують читача до сприйняття цілого твору;

- ✓ забезпечують зручність у пошуку вибіркової інформації;
- ✓ дають можливість глибше засвоїти матеріал.

Крім того, редакторів доводиться постійно тримати в полі зору весь комплекс заголовків, він під час редагування повинен також знати супідрядність видів заголовків й особливості їхнього розміщення як на сторінці, так і стосовно змісту тексту.

Редакторська обробка заголовків необхідна не тільки для визначення їхньої ієрархії в основній частині видання, але й для позначення їхнього графічного відтворення на сторінках (або в колонках).

Головним завданням редактора на цьому етапі є досягнення оптимальної відповідності заголовків змісту текстових фрагментів.

Редакційне виправлення (із застосуванням різних видів редагування)

Редакційне виправлення – це остання складова етапу редагування, однак не остання за серйозністю виконання редактором.

Здійснювати необхідні виправлення в тексті редактор починає після першого наскрізного читання. Суть виправлення в тому, що в окремих словах та фрагментах тексту редактор може здійснювати такі операції: заміну, вставку, видалення, перестановку, скорочення, переробку букв, слів і речень.

Головними завданнями такого виправлення є усунення неточностей, повторів, досягнення чіткості формулювань, логічності викладу, мовностилістичної грамотності.

6.2. ВИДИ РЕДАГУВАННЯ

Про різновиди редагування вітчизняні дослідники теорії й практики видавничої справи заговорили зовсім недавно. Хоча не викликає сумнівів, що літературне редагування є лише складовою частиною універсального редагування.

У науковій літературі розглядається цілий ряд різновидів редагування, – це зокрема загальне, літературне, наукове, спеціальне, титульне. Зустрічається ще й лінгвістичне, логічне, композиційне, психолінгвістичне, комп'ютерне, видавниче, поліграфічне тощо.

Доцільно розглядати два основних блоки редагування: загальне (універсальне) та спеціальне.

Загальне редагування

Загальне, або універсальне редагування передбачає цілісну систему роботи редактора над оригіналом, що забезпечує його досконалість за змістом, формою й зручністю для користування читачем (споживачем).

Основною складовою цього виду редагування є:

– усунення логічних помилок:

а) змішування порядку викладу (*«Ішов дощ і два студенти. Один ранком, а інший – в університет»*);

б) неправильне обґрунтування мотивації дії (*«На всеукраїнській нараді книговидавців головним було питання забезпечення міста новими тролейбусами»*);

в) наявність у пропозиції понять, які взаємно виключають одне одного (*«Золоту медаль одержав аутсайдер змагань»*);

– усунення фактологічних помилок:

а) історичних (*«Перша світова війна почалася в 1924 році»*);

б) географічних (*«У південних областях України – Одеській, Херсонській і Сумській – почався збір ранніх зернових»*);

в) друкарських (*«Населення України на сьогодні складає близько 48.000.000 мільйонів чоловік»*);

г) цифрових (*«З випущених 3000 примірників книг 2500 було подаровано бібліотекам, 1500 – передано у вищі навчальні заклади»*);

д) візуальних (*фотографія Ані Лорак з підписом «Андрій Данилко»*).

Неписаним правилом для редактора на цьому етапі має стати обов'язкова перевірка фактичної вірогідності матеріалу за допомогою довідкової літератури. До цього блока редагування належать також і проблеми тематики, композиції, авторської позиції, розміщення політичних акцентів.

Спеціальне редагування

Це редагування можна розділити на такі підвиди: літературне, наукове, художньо-технічне.

Літературне редагування. Головною метою такого редагування є аналіз, оцінка й виправлення літературної частини твору. Йдеться насамперед про вдосконалення мови й стилю оригіналу, усунення граматичних, синтаксичних і стилістичних помилок.

Таким чином, можна виділити критерії, якими має керуватися редактор, обираючи мовностилістичні засоби для вдосконалення твору:

- ✓ доступність мови відповідній групі читачів;
- ✓ виразність, зрозумілість викладу;
- ✓ відповідність лексичного ряду думкам героя твору або автора;
- ✓ відповідність стилістики викладу жанру конкретного твору.

Наприклад, останнім часом на книжковому ринку з'явилися видання, які були раніше заборонені. Здебільшого це твори двадцятих-тридцятих років. У разі їхнього перевидання перед редактором виникає питання: якої правописної системи дотримуватися? Більшість видавців такі тексти

приводять у відповідність до сучасного правопису, зберігаючи лексичні, морфологічні й фонетичні особливості мови автора. Погоджуючи пунктуацію книг із сучасними нормами, редактори, однак, прагнуть зберегти основний характер авторського синтаксису.

Наукове редагування. У ряді випадків, з огляду на складність або важливість видання, що готується до друку, виникає потреба запросити провідного фахівця тієї або іншої галузі науки. Такий фахівець здійснює наукове редагування оригіналу. Основне його завдання – аналіз, оцінка твору й виправлення наукових неточностей. Те саме мають на увазі, коли в деяких публікаціях ідеться про титульне редагування. Ім'я такого редактора проставляється на титульному аркуші, що є для читача гарантією високої якості й солідності видання.

Відповідно до вимог видавничих стандартів ім'я наукового редактора відзначається на титулі або на звороті титулу.

Художньо-технічне редагування належать до різновидів спеціального редагування. Здійснюють його видавничі працівники. Художній редактор, як правило, є фахівцем з вищою художньо-поліграфічною освітою.

Процес художнього редагування включає: художнє оформлення видання, оцінку ескізів, пробних відбитків та елементів художнього оформлення обкладинки й змістовної частини видання з художнього та поліграфічного погляду.

Технічне редагування передбачає детальне втілення в матеріалі художнього й графічного задуму видання: технічні параметри набору й верстки, шрифтова палітра набору, величина шрифтів, відступи, спуски тощо.

6.3. РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧИЙ ПРОЦЕС

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

Завдання та функції редактора вимагають виконання різноманітних видів роботи – від організаційно-управлінської до літературно-творчої.

При ознайомленні з редакційно-видавничим процесом цікавою є насамперед робота редактора й інших працівників видавництва, пов'язана з підготовкою та поліграфічним виконанням конкретного видавничого продукту. Для такої роботи необхідне засвоєння цілого комплексу знань, умінь і навичок, без яких неможливо випускати досконалі за змістом і зовнішньою конструкцією конкурентноздатні видання.

Книга, видання – комплексне явище. У її підготовці бере участь цілий творчий колектив: автор, художник, видавець, поліграфіст тощо. Редактор об'єднує зусилля всіх учасників підготовки видання, спрямовуючи їхню роботу на реалізацію концепції видання.

У редакторській підготовці видань здійснюється інтерпретація твору автора засобами видавничої справи. Адекватна інтерпретація інформації, що знаходиться в авторському опрацюванні, можлива за умов розуміння редактором природи й сутності видання, специфіки літературної творчості, особливостей читачького сприйняття.

Відомо, що ступінь втручання редактора в підготовку твору визначається особливостями авторської праці. Так, наукова й художня діяльність спрямовані на вивчення навколишньої дійсності. Наукова література органічно завершує процес виявлення й аналізу законів і закономірностей природи та суспільства. Художня література реалізовує результат художнього, естетичного пізнання людини. Тому редактор спрямовує свої зусилля переважно не на роботу з твором, а на підготовку видань, які можна розглядати як «авторські». Інші види видань, наприклад, довідкові, рекламні, науково-інформаційні, можна назвати «редакторськими», тому що пошук автора, організацію твору, концепцію його написання найчастіше створює редактор. Наприклад, особливість дитячої літератури визначається насамперед її виховним, педагогічним значенням, особливим впливом на читачів – дітей. Тут автор і редактор спрямовують свої зусилля на забезпечення педагогічних основ книги. Усі ці особливості більш докладно обговорюються у відповідних підручниках.

Наше завдання полягає в тому, щоб розібратися, що таке редакційно-видавничий процес в цілому, та з яких етапів він складається.

Редакційно-видавничий процес – це сукупність обумовлених практикою книговидавництва послідовних дій співробітників видавництва, спрямованих на підготовку й випуск того або іншого виду видавничої продукції. Така сукупність дій досить складна в реальному втіленні різноманітних функціональних обов'язків працівників видавництва й досить тривала в часі. Тому для кращого розуміння й сприйняття видавцем-початківцем,

редакційно-видавничого процесу його доцільно розділити на кілька етапів:

- 1) підготовчий;
- 2) редакційний;
- 3) виробничий;
- 4) маркетинговий.

Розглянемо кожен із цих етапів більш докладно.

Підготовчий етап

Цей етап починається задовго до того, як редактор за допомогою електронного або механічного пера почне працювати з авторським оригіналом. Створений конкретним автором, такий оригінал ще потрібно знайти. Видавцеві також необхідно переконатися в тому, що саме цей оригінал відповідає профілю видавництва, і якщо його втілити у книжкове видання, він знайде споживача й окупить витрати. Таким чином, *пошук автора й оригіналу* є чи не найважливішою справою на цьому етапі дій видавця або редактора.

Як уже зазначалося раніше, термін «авторський оригінал» прийшов недавно на заміну терміну «рукопис», оскільки рукописні тексти сьогодні до видавництв уже майже ніхто не подає.

Авторським оригіналом називається подана автором для редакційно-видавничої обробки творча або наукова праця з усіма її необхідними компонентами (основний, допоміжний і додатковий тексти, а також оригінали ілюстрацій з необхідними до них підписами).

Видавничим оригіналом називається той же авторський оригінал після його обробки у видавництві до готовності виведення оригінал-макета на плівки з доданими оригіналами зовнішнього оформлення й видавничою специфікацією.

Як же потрапляють авторські оригінали у видавництво? Існує декілька найпоширеніших шляхів:

- ✓ «самопливом»;
- ✓ через літературних агентів;
- ✓ через виставки, ярмарки й інші видавничі заходи;
- ✓ за індивідуальними замовленнями автора.

«Самопливні» авторські оригінали у досвідчених видавців особливої довіри не викликають. Насамперед тому, що дуже рідко до видавництв потрапляють дійсно варті твори. У радянські часи таких рукописів було дуже багато, і робота з ними відбирала багато дорогоцінного часу, тому що за вимогами директивних органів, видавці змушені були детально розглядати всі без винятку (прислані поштою або передані власноручно) рукописи й готувати у встановлений термін обґрунтовані відповіді. Найчастіше вони були негативними.

Зараз видавництва самі вирішують розглядати авторський оригінал чи не розглядати. У зв'язку з цим, деякі автори вдаються до різних хитрощів: до видавництв не тільки звичайною, але й електронною поштою розсилаються повні (або скорочені) варіанти оригіналів або окремі їхні розділи з анотаціями.

Шлях від автора до видавця нерідко пролягає через *літературного агента*. Останніми роками у розвинених країнах Заходу вже стало правилом: відомий і поважаючий себе автор ніколи не виконуватиме сам усю «чорнову» роботу з реклами і видання власного твору. Вони працюють лише тільки через літературних агентів. На Заході виконання цих функцій вже поставлено на професійну основу – їх готують на відповідних факультетах університетів. Ряди літературних агентів поповнюють високопрофесійні фахівці видавничої справи й авторського права, які добре обізнані з літературно-науковим середовищем, тенденціями книжкового й мультимедійного ринків. Вони виступають своєрідними посередниками між видавцем і автором, хоча насамперед представляють інтереси останнього. Завданням літературних агентів є відбір з наявних пропозицій або пошук такого оригіналу, який можна вигідно запропонувати до видання й отримати свій відсоток від обумовленої суми авторської винагороди. На жаль, у країнах з нерозвиненим видавничим бізнесом, до яких належить і Україна, редакторів рідко доводиться працювати з літературними агентами.

У цей час усе більше результативним стає спосіб виходу на майбутнє видання через *виставки, ярмарки й інші видавничі заходи*. На міжнародних виставках-ярмарках уже віддавна успішно працюють своєрідні авторські майданчики. У Москві навіть виходить періодичне видання, що має назву «Біржа авторських прав». Розміщені тут матеріали поділяються на такі рубрики: «Каталог» (пропозиції видання книг за тематичним принципом), «Проекти серій», «Знайомство з автором», «Представляємо видавництва», «Ярмарки, семінари, тусовки». Матеріали «Біржі» стали поширюватися через Інтернет. В Україні щось подібне робить «Літературна Україна», періодично знайомлячи своїх читачів з ненадрукованими наробками письменників. Більш детальна інформація про державні програми та заходи щодо популяризації української книги наведена в першому розділі книги.

Достовірнішим з погляду доцільності й ефективності виходу на реалізацію конкретного видавничого проекту є четвертий із запропонованих шляхів отримання цікавого авторського оригіналу – *за індивідуальним замовленням автора*. Відповідно до профілю видавництва й розробленої видавничої програми, редактор сам шукає такого автора й запрошує його у видавництво. Очевидно, що видавець, який насамперед

з економічного боку дуже зацікавлений у реалізації такого замовлення, піде на те, щоб укласти договір з автором ще до написання оригіналу й виплатити йому певну суму авансу. В іншому разі, автор просто проігнорує замовлення або після його виконання запропонує твір іншому видавцеві на більш вигідних для себе умовах.

Наступною складовою підготовчого етапу редакційно-видавничого процесу є *прийом авторського оригіналу*.

У методичних матеріалах радянського періоду, адресованих редакторам, наводився досить чималий перелік вимог, яких повинні були дотримуватися автори, подаючи оригінали до видавництва. Авторам видавалися навіть спеціальні інструкції, існував також окремий галузевий стандарт, який встановлював нормативні вимоги до оригіналів.

З переходом видавничо-поліграфічної галузі на ринкові умови обидві сторони перестали дотримуватися більшості вимог. І все-таки, незважаючи на «просунення» у технічному забезпеченні сучасних видавництв, ігнорування ряду вимог, сформульованих попередниками, досить часто призводить до негативних наслідків на різних етапах редакційно-видавничого процесу.

Правильно роблять у тих видавництвах, де поруч із електронною версією оригіналу вимагають його «твердої» копії, тобто роздруковки на папері. Перше ознайомлення з «плюсами» й «мінусами» оригіналу все-таки краще з паперового варіанта. Що ж до самої електронної версії, то редакторів на етапі прийому оригіналу важливо з'ясувати, у якій програмі здійснювався набір, виконані графічні матеріали, які шрифти використовувалися, чи стикуватимуться надані автором файли із програмами, що використовуються у видавництві. Особливої уваги заслуговують електронні версії текстів, набраних за рубежом. Видавець-початківець нерідко не знає, що переважна більшість текстів, скажімо, у Канаді або США набирається на комп'ютерах із системою Macintosh, тоді як у Європі перевага надається системі Windows. Звичайно ж, файли можна «перегнати» з однієї системи в іншу, але це повинні зробити професіонали.

У зв'язку з цим, редактор висуває авторіві такі обов'язкові вимоги:

- ✓ оригінал має бути підписаний автором із зазначенням дати подання його у видавництво;
 - ✓ оригінал має бути комплектним і повністю завершеним.
- Кілька зауважень щодо цих вимог.

Підпис і дата, вказані рукою автора, можуть бути важливими під час визначення строків підготовки оригіналу й інших умов договору.

Комплектність оригіналу передбачає наявність у ньому всіх його складових: змісту, анотації, бібліографічних посилань, передмови (після-

мови), покажчиків, додатків та інших елементів, залежно від виду й складності видання, а також ілюстративного матеріалу.

Цілком закінчений автором твір – гарантія того, що в процесі редакційної підготовки не виникнуть проблеми з дотримання графіка проходження оригінал-макета у видавництві й випуску готового видання на поліграфічному підприємстві.

Поспішність, обіцянка автора надати останні розділи «найближчим часом», або зробити необхідні вставки вже у верстці видання можуть дорого обійтися самому видавництву й викликати претензії автора до видавців.

Правда, бувають випадки, коли видавництво свідомо приймає «сирий» оригінал. Це коли тема дуже «гаряча», сенсаційна, і автор, володіючи фактами, не здатний надати йому прийнятної літературної форми. Або ж, коли замовник повністю фінансує витрати. Наприклад, це можуть бути термінові видання до пам'ятних або ювілейних подій. У таких випадках видавництво терміново шукає «співавтора», яким, як правило, є досвідчений і надійний редактор.

На цьому етапі редактор також готує *первинні документи* для оформлення облікової картки видання.

До неї належать:

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

Ігнорувати на початку такими, на перший погляд, дрібницями не можна. Адже інформація, наявна в цих документах, необхідна для складання проекту угоди з автором, початку редакторської роботи з оригіналом.

Редакційний етап

Після узгодження всіх питань підготовчого етапу (пошук потрібного автора, прийом авторського оригіналу й збір первинних документів для оформлення облікової картки видання) починається новий етап редакційно-видавничого процесу, що зветься редакційним.

Перед тим, як поставити отриманий оригінал на конвеєр редакційної обробки, редакторів в деяких випадках доведеться вирішувати ще одне питання, пов'язане з рецензуванням. У яких же випадках майбутнього видання воно є обов'язковим? Тоді, коли готуються до друку:

- ✓ підручник або навчальний посібник із грифом Міністерства освіти та науки України;

✓ будь-який вид навчального видання з рекомендацією навчального закладу або наукової установи, якщо це видання здійснюється не на договірних засадах;

- ✓ довідкове, енциклопедичне видання;
- ✓ наукове, науково-популярне видання.

Питання спрощується, коли до видавництва надходить оригінал уже з рекомендаційним грифом. Це означає, що непросту процедуру рецензування взяв на себе автор або навчальний заклад, де він працює. Як правило, це буває з нормативними підручниками, авторами яких є відомі у своїй галузі фахівці. У більшості ж випадків «пробиванням» грифів займаються самі видавці. Для цього необхідно впевнитися, що запропонований до видання оригінал є з будь-якого погляду якісним. Такої впевненості можуть додати (або розвіяти) рецензії фахівців.

Рецензія – критичний документ, у якому розглядається й оцінюється пропонований для публікації твір (*зовнішня рецензія*, призначена для публікації в пресі) або оригінал майбутнього видання (*внутрішня рецензія*, виконана за замовленням видавництва чи навчального закладу).

Надсилаючи оригінал на рецензування, видавництво підписує угоду з рецензентом, у якій чітко обумовлюються строки подачі рецензії й розмір винагороди за виконану роботу.

Редактор, приймаючи рецензію, повинен звернути увагу, наскільки правильно й повно вона оформлена. Рецензія складається з трьох частин: загальної, посторінкового розгляду й висновку.

Змістовна частина рецензії містить обов'язковий розгляд повноти твору за такими параметрами:

- ✓ місце рецензованої роботи серед уже опублікованих на цю тему;
- ✓ новизна роботи;
- ✓ актуальність теми;
- ✓ повнота розкриття матеріалу;
- ✓ відповідність темі відібраного ілюстративного матеріалу;
- ✓ доступність стилю написання для читацької аудиторії, якій призначено видання.

Якщо в рецензії є суттєві зауваження до структури або змісту, їх доведеться усувати авторові до початку редагування. Зауваження й побажання, які по суті не впливають на структуру твору, можуть бути враховані в процесі редагування.

У видавничій практиці нерідко зустрічаються випадки, коли видавці ігнорують негативні оцінки рецензентів і видання випускають у світ. При цьому мають насамперед комерційну мету, хоча грубо порушуються не тільки норми видавничої етики, але й авторські права.

Отже, після рецензування починається безпосередньо редагування.

У зв'язку із суцільною комп'ютеризацією видавництва і перенесенням сюди з поліграфічних підприємств практично всіх процесів, пов'язаних з набором, верстанням, макетуванням і виведенням оригінал-макета видання, придатного для поліграфічного відтворення, редакційний процес у різних видавництвах організований по-різному. У переважній більшості малих видавництв, які випускають за рік декілька видань, майже всі функції їх підготовки до друку (набір, верстання, редагування, включаючи технічне й художнє, коректуру) здійснює одна людина. В принципі, виконання однією людиною декількох важливих функцій редакційно-видавничого процесу можливе, однак це неминуче позначиться на якості підготовки видання.

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

Сьогодні деякі вчені й практики, що поспішають здійснити «революцію» у редагуванні, оголосили коректуру зайвою ланкою редакційно-видавничого процесу, а сам цей процес пропонують спростити за рахунок ліквідації коректорного обміну на папері. До чого призводить така непрофесійна поспішність, легко переконатися, коли дивитися новинки деяких комерційних видавництв. Оригінал-макет поки що не можна доводити до кондиції лише на екрані – без паперового його варіанта. Ця вимога особливо актуальна, коли йдеться про серйозні, престижні видання.

Таким чином, не беручи до уваги «новаторства» малих видавництв, зосередимо увагу на одному з оптимальних варіантів порядку проходження оригіналу в редакції середнього або спеціалізованого видавництва. Він полягає у наступному:

1. Перше читання (або детальний перегляд) оригіналу редактором на екрані комп'ютера або на папері. (Раніше обов'язковою умовою завершення першого читання було складання редакторського висновку й затвердження його головним редактором. Нині переважна більшість видавців цю вимогу радянського видавничого процесу ігнорують).

2. Редагування тексту редактором на екрані комп'ютера. У ряді випадків, наприклад, коли передбачений науковий редактор, таке редагування може здійснюватися на папері, з наступним внесенням виправлень оператором.

3. Робота з відредагованим текстом технічного й художнього редактора перед верстанням (вибираються гарнітури й розміри шрифтів, а також різноманітні виділення, спуски; вказуються місця для художнього оформлення, колонитулів, колонцифр тощо).

4. Верстання відредагованого тексту в конкретному форматі й відповідно до вказівок технічного й художнього редактора (здійснюється оператором або верстальником).

5. Читання першої верстки; звірення редакторських виправлень; коректорські процеси зчитування й вичитування. Ці два процеси важливо розрізняти. *Зчитування* — це зіставлення зверстаного варіанта відредагованого видання з його оригіналом; *вичитування* передбачає усунення орфографічних, пунктуаційних і літерних помилок, правильне розміщення знаків, дотримання принципів уніфікації й однакового стилю подання тексту.

6. Виведення підписаної верстки на папір. Останнє звірення попередніх виправлень.

7. Виведення оригінал-макета на плівки.

8. Виготовлення, редагування, звірення й виведення на плівки художнього оформлення зовнішньої й внутрішньої частин видання (здійснюється спільно редактором і художнім редактором або дизайнером).

Виробничий та маркетинговий етапи

Виробничий етап редакційно-видавничого процесу починається з вибору видавництвом поліграфічного підприємства й укладання з ним договору на друк видання й передачу оригінал-макета з усіма необхідними документами (лист видавництва, комплектний оригінал, технічна видавнича специфікація й договір з поліграфічним підприємством).

З цього моменту вся подальша робота щодо перетворення оригінал-макета в конкретне видання здійснюється поза межами видавництва. І хоча поліграфічне підприємство зацікавлене в якісному виконанні замовлення видавця, на цьому етапі є кілька важливих процесів, які не можуть завершитися без участі редактора.

Це процеси звірення й підписання до друку:

- а) відбитків художнього оформлення, зроблених після кольороподілу;
- б) чистих аркушів внутрішньої частини видання перед формуванням книжкового блока;
- в) сигнального примірника.

Видавнича практика переконує, що редакторський контроль на цьому завершальному відрізку складного шляху проходження видавничого оригіналу приховує в собі чимало прикрих несподіванок.

Наведемо деякі можливі помилки.

У художньому оформленні:

- а) невідповідність гами кольорів, запропонованих художником у макеті видавництва, і реального друкованого відбитку (певні кольори

можуть зникнути або замінитися на інші в результаті якогось дрібного втручання препрес-інженера на етапі кольороподілу після підписання макета художнього оформлення до друку);

б) літерні помилки в прізвищах авторів і заголовках видань, що з'явилися в результаті поверхового читання редактором (наприклад, Кулікова замість Кулішова);

в) літерна або текстова розбіжність між написами на обкладинці й корінці видання;

г) розбіжність у назвах розділів змістовної частини видання й шмуцтитулів.

У книжковому блоці:

а) літерні помилки (культура видання вимагає у спеціальній вклейці перед кінцевим форзацом указати виявлені на етапі звірення сигнальних примірників помилки і правильний варіант прочитання);

б) незаповнені текстом суміжні сторінки аркуша;

в) невідповідність ілюстрації змісту тексту;

г) перевернена сторінка (або цілий аркуш).

Тобто, якісне завершення виробничого етапу, як і в цілому редакційно-видавничого процесу, значною мірою залежатиме від того, наскільки злагоджено попрацювали всі служби видавництва на двох попередніх етапах. Якщо не враховувати технічних недоліків друку, що іноді трапляються з вини друкарні, джерела всіх інших, явних і прихованих, помилок, які стають помітними вже після виготовлення накладу, беруть початок у видавництві. А якщо користуватися давнім визначенням редактора як директора конкретного видання, тоді зрозумілою стає роль і відповідальність представника цієї професії у створенні й подальшій побудові будь-якого видавничого продукту.

Непросто визначити, звідки починається маркетинговий етап. У переважній більшості середніх і великих видавництв він настає після отримання редактором первинних документів від автора. Адже чим раніше буде продуманий та організований комплекс заходів, спрямованих на просування на книжковому ринку конкретного видавничого продукту, тим краще можна його реалізувати.

Кожен видавець мріє, щоб його книга не тільки знайшла свого читача й була йому потрібною та корисною, але й мала при цьому комерційний успіх. Завданням редактора на цьому етапі є написання такого рекламного тексту, який би відразу «запрацював» на створення високого іміджу майбутнього видання. Нерідко буває, що слабкий зміст книги компенсується успішною рекламою й іншими маркетинговими

акціями. І, навпаки, прекрасне за змістом видання може затриматися на складі, тому що і каталожна картка, і анотація, і рекламні тексти зроблені бездушно й непрофесійно.

Одне істотне зауваження щодо реалізації редакторських виправлень і вказівок на всіх етапах редакційно-видавничого процесу. Будь-які письмові вказівки редактора іншим учасникам видавничого процесу (авторові, операторові, верстальникові, технічному або художньому редакторові) є недоречними, оскільки на книжкових гранках для них немає місця. Видавничо-поліграфічна практика виробила серію простих, доступних для розуміння знаків, які стали називатися «коректурними». Вони існують уже протягом століть і дійшли до сучасної комп'ютеризованої видавничої справи практично без суттєвих змін. До того ж, коректурні знаки, як і знаки дорожнього руху, дуже схожі між собою і в інших країнах. Незнання цих знаків, або невміння ними користуватися (незалежно від того, чи є у видавництві коректорська служба, чи ні) однозначно характеризуватиме професійний рівень працівників такого видавництва, загальну культуру організації видавничого процесу в цілому.



7.1. КНИЖКОВИЙ ДИЗАЙН ЯК РІЗНОВИД ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Розробка дизайну видання – один із найважливіших напрямків редакційної підготовки, тому що в першу чергу покупець книги знайомиться з нею як із річчю. Привабливість її зовнішнього вигляду, модульна сітка, ефективність ілюстрацій, розбіжність шрифту, що сприяє комфортності читання, взаємне розміщення елементів – це чинники, від яких багато в чому залежить, захоче людина прочитати книгу чи холодно відкладе її убік. Художня форма книги є її свого роду візитною карткою видавця: її відрізняють специфічні фірмові ознаки, за нею судять про якість продукції конкретного видавництва.

Дизайнер книги, створюючи її предметну форму, облаштовуючи її композицію, прагне створити оптимальні умови для сприйняття читачем-глядачем тієї текстової та образотворчої інформації, що є у виданні. Його робота – один із різновидів діяльності *індустріального дизайнера*, тому що він проектує еталонний зразок для тиражованого виробу. У той же час книга – це продукт *і графічного дизайну*, тобто діяльності, що поєднує типографіку, створення й застосування друкованих зображень, шрифтове проектування, формування середовища людського функціонування за допомогою реклами, образотворчих і шрифтових знаків. Іншими словами, графічний дизайн – це проектування візуальних комунікацій, ефективних зв'язків між джерелом зорової інформації та реципієнтом (тобто між автором і читачем).

Усвідомлене формування подібних зв'язків – принципова ланка видавничої політики. Видання має привернути увагу потенційного покупця до прилавку магазину, тому зміст і композицію тексту необхідно будувати так, щоб навіть при швидкому ознайомленні із книгою виникло приблизне уявлення про її зміст і структуру. Видання має бути таким, що легко читається, інакше ним будуть користуватися дуже рідко. Нарешті, якщо читачеві відомі якісь колишні публікації видавництва й він має довіру до його продукції, дуже важливо, щоб при погляді на нову книгу він легко відчув її належність до знайомої «серії».

Як показує світовий досвід, найбільшим успіхом на книжковому ринку користуються ті видавництва, які мають свій корпоративний стиль, що створює специфічний імідж. Тут у покупця-читача спрацьовує психологічний принцип упізнавання.

Створення *фірмового стилю* – найбільш складне завдання видавничого дизайну, яке може бути вирішене лише поступово. Однак вимоги маркетингу не дозволяють видавцеві ухилитися від його розв'язання. Фірмовий стиль складається з елементів, що застосовуються лише

цією фірмою. Це і фірмові кольори і неповторний малюнок шрифту, і самотній логотип, котрі використовуються в рекламі, вивісках, оформленні вітрин і виставочних стендів, документації фірми й поштових листівках, візитних картках співробітників і т. ін.

Поряд із перерахованими складовими візуального іміджу, характерними для будь-якого виробничого або торговельного підприємства, існують і чисто видавничі: видавнича марка; серійне оформлення книг, на обкладинці яких нерідко застосовується «типова» модульна сітка, яка присутня в кожному виданні серії; стійкість переваг при виборі книжкових форматів. Нарешті, як фірмову ознаку, бажано використовувати один-два поліграфічних шрифти, ексклюзивні права на застосування яких належали б даному видавництву.

Формування видавничого фірмового стилю під силу лише досвідченому й до того ж добре знайомому з видавничою справою графічному дизайнеру. Розробка як загального проекту стилю, так і принципових його складових має здійснюватися за спеціальним ретельно продуманим замовленням з боку видавництва.

У сучасній світовій практиці дизайнер, як правило, при здачі замовлення надає клієнтові не тільки графічні матеріали (макети, ескізи, авторські малюнки, образотворчі видавничі оригінали й т. ін.), а й посібник, де чітко зазначене застосування фірмового стилю – інструктивний документ, що в майбутньому дозволить замовникові грамотно оперувати елементами стилю в тих або інших конкретних випадках, він навіть містить ілюстраційні приклади роботи зі стилем.

Однак, яким би деталізованим не був принциповий проект стилю, він не може охопити всі сторони його майбутнього застосування й передбачити неминучі потреби в його доробці й коректуванні. Оптимальним може вважатися той випадок, коли дизайнер, який проектував стиль, веде роботу з його розвитку. Але взагалі це виняток із загального правила. Частіше здійснювати контроль за дотриманням норм стилю доводиться самому видавцеві, а точніше – співробітникові видавництва, відповідальному за художнє оформлення його продукції (головний художник, арт-директор, художній редактор).

7.2. МЕТА КНИЖКОВОГО ДИЗАЙНУ

Головна мета книжкового дизайну – створити графічну форму авторського тексту, перетворити рукопис у видання. Оригінальний авторський текст, незалежно від того, написаний він від руки чи це електронна його версія, перш ніж стати книжковим текстом, вимагає переробки, переформатування. Він має бути виправлений редактором,

розбитий на смислові блоки, розділений зоровими паузами, мати візуальні акценти, що активізують увагу читача, оснащений засобами пошуку й орієнтації у тексті, доповнений ілюстраціями й нарешті верстаний таким чином, щоб гармоніювати із пропорціями майбутнього видання й комфортно читатися в його контексті. Провідна роль в описаному процесі перетворення авторського оригіналу в оригінал видавничий належить художникові книги (дизайнеру) та її художньому редакторові.

Важливим аспектом дизайну є пошук модульної сітки видання та специфічних типографських засобів і способів ілюстрування видання з урахуванням його читачкої аудиторії. Наприклад, одним із чинників, який необхідно враховувати під час проектування видання, є віковий контингент його майбутніх читачів. Так, при орієнтації на літніх читачів слід приділити особливу увагу питанням розрізнення шрифту й зручності читання тексту. Ці читачі є людьми сталих звичок, і, як правило, віддають перевагу традиційним шрифтам. Зір таких людей неідеальний, тому доцільніше використовувати малокоонтрастні шрифти, де сполучні штрихи краще помітні. З цією ж причини слід уникати шрифтів малих кеглів. Небажано застосовувати й кольори «підложки» під текст, які ускладнюють читання.

Усіма цими обмеженнями можна зневажати під час оформлення «молодіжної» книги. У наші дні сприйняття молоді людиною багато в чому визначається її повсякденними контактами з аудіовізуальною апаратурою, крикливою рекламою, напористим графічним середовищем сучасного міста. Щоб завоювати увагу юного читача, потрібні сильні подразники, тому в «молодіжній» книзі доречні екстравагантні типографські прийоми, помітні ілюстрації, колірні акценти, нові шрифтові гарнітури і накреслення.

Аудиторія читачів визначає і принцип ілюстрування книг, зокрема видань художньої літератури. Так, ілюстратор, котрий працює для читача малодосвідченого, що лише вступає у світ письменства, повинен у більший або менший мірі дотримуватися фабули літературного твору, зображувати її вузлові моменти. Ілюстрації ж, адресовані знавцям літератури, можуть не відтворювати ті або інші конкретні епізоди оповідання й навіть не демонструвати його героїв, вони в першу чергу покликані передати емоційну атмосферу повісті чи роману. Використовуючи характерні образотворчі деталі, художник у такому разі прагне дати простір асоціативному мисленню читача, стимулювати роботу його уяви.

Під час проектування переважної більшості видань (звідси необхідно виключити книги художньо-експериментального характеру

або задумані як колекційні) дизайнер, як правило, наштовхується на необхідність формувати художню структуру книги згідно з її функцією. Так, наприклад, «кишенькова книга», що читається у вагоні, альбом із репродукціями творів живопису, що вимагає поглибленого перегляду, й довідник туристичних маршрутів міста не можуть не відрізнятися один від одного габаритними розмірами, пропорціями, характером зовнішнього оформлення й макетом верстки, малюнком і кеглем складального шрифту. Тому обов'язок дизайнера – створити максимально зручну для користувача книжкову композицію з урахуванням специфіки даного видання й конкретних можливостей видавництва й друкарні.

7.3. ЕЛЕМЕНТИ ХУДОЖНЬОЇ СТРУКТУРИ КНИГИ

Усупереч побутуючій думці про те, що головним полем діяльності художника в книзі є ілюстрації, він у першу чергу займається композицією шпальти, складаючи візуальну композицію книги з компонентів поліграфічного набору, діючи як майстер, який споруджує будинок із готових цеглинок. Художня діяльність такого роду називається *типографікою*, а зайнятий нею художник – *типографом*.

Які ж складові художньої форми книжки? Це насамперед *макет* книги – її своєрідний кістяк. Книга – не просто об'єднання окремих шпальт, а певна система послідовного розгортання інформації, де логіка її викладення має бути властивою не тільки певній сторінці тексту, а й низці зорових вражень, які породжуються самим розміщенням тексту на сторінці. Ланцюжок зорових образів у книзі не має виникати стихійно. Саме з цією метою художник і створює макет майбутнього видання. Таким чином, перш ніж знайти своє місце в реальному матеріалі й накладі, книга має бути намальована на папері або візуально спроектована на екрані комп'ютера.

Поряд із макетом, у якому реалізовується загальний погляд художника на організацію даного видання, він працює над безліччю інших графічних компонентів, які суттєво необхідні для побудови книги. До них належать:

- ✓ текстура й тон паперу книги, від яких багато в чому залежать зручність читання надрукованого тексту, чіткість відтворення й сприйняття ілюстрацій;
- ✓ шрифт, який використовується для набору основних і додаткових текстів та для оформлення «вступу» до книги;
- ✓ пропорції самого видання й пропорції шпальти;
- ✓ співвідношення чотирьох полів книжкової сторінки;
- ✓ конфігурація текстового набору (виключка або інше компонування);

- ✓ формат рядка, точність вибору якого суттєво впливає на комфортність читання книги;
- ✓ міжлітерні, міжслівні й міжрядкові інтервали, розміри яких мають залишатися постійними у межах однорідної частини тексту;
- ✓ засоби зорового розчленовування тексту (абзацні відступи, відбиття, ініціали, шрифтові й колірні виділення, елементи рубрикації), що порушують монотонність викладу, активізують увагу читача й служать графічним аналогом авторських інтонацій і мовних пауз;
- ✓ колонцифри, колонтитули, колонлінійки, що збагачують композицію складальної шпальти й допомагають читачеві орієнтуватися в тексті;
- ✓ ілюстрації, які не тільки мають самостійну художню цінність, інтерпретують, пояснюють та інформаційно доповнюють текст, але й гармонійно поєднуються з масивом суцільного набору.

Навіть цей неповний перелік дає уявлення про велике коло складних дизайнерських завдань, вирішити які видавець не може без залучення професіонала-типографа.

7.4. МЕТОДИКА ХУДОЖНЬОГО ОФОРМЛЕННЯ КНИГИ

Кожне видання є досить складним поєднанням книжкових елементів, різних за задумом, призначенням і зоровим виглядом. Наприклад, навіть проста брошура містить різні складові, такі як обкладинка, титульний аркуш, його зворот із частиною вихідних відомостей, початок і кінець шпальти, заголовки розділів і підрозділів. Для того щоб візуально пов'язати ці й інші елементи один з одним, зробити їх сумісними і розмірними, художник і розробляє макет видання.

Макетування видання

При всьому розмаїтті способів макетування на практиці, методика макетування видання зводиться до двох основних підходів: дизайнер створює або *принциповий*, або *повнооб'ємний* (розрахунковий) макет.

У першому випадку він робить ескізи модульної сітки декількох сторінок видання, показавши всі можливі варіанти розміщення ілюстрацій і тексту на смузі, а також ескізи «особливих» сторінок: авантитулу, титулу, його звороту, початкових і кінцевих шпальт, шмуктитулів. У другому випадку вже на стадії роботи з авторським оригіналом дизайнер точно розраховує майбутнє розміщення в книзі всіх текстових і образотворчих елементів. На цьому етапі, знаючи кегль шрифту, ємність гарнітури й формат набору, він може заздалегідь

установити, де один рядок тексту, що набирається, змінюватиметься на інший, де набір поступатиметься місцем ілюстрації, де пройде межа між сусідніми сторінками і який вигляд кожен розворот матиме.

Розрахунковий макет робиться в основному під час оформлення складних за структурою видань, коли виникає потреба приєднати до тексту ілюстрації, схеми, таблиці. Іноді до повного розрахунку рукопису вдаються дизайнери, які особливо турбуються про естетику самої типографічної композиції, небайдужі до розміщення в книзі кожного складального елемента.

Найважливішим моментом у процесі макетування книги є вибір її формату, на який впливають такі умови:

1. *Функціональні*: необхідно знати, як користуватимуться книгою – чи буде вона настільною, або кишеньковою, або довідником, що дозволяє за декілька хвилин отримати потрібні відомості, після чого книга може бути повернена на полицю і т. п.
2. *Гігієнічні*: формат видання має забезпечувати оптимальну довжину рядка з погляду зручності читання.
3. *Технологічні*: вони продиктовані особливостями поліграфічного устаткування, на якому друкуватиметься книга (наприклад, розмірами друкарської форми і формату друкарської машини).

Нарешті, при виборі формату видання не останню роль відіграють уявлення й самих дизайнерів, і користувачів книги про матеріальну красу предмета, зокрема про красу його пропорцій. Природа цих уявлень не тільки видавничих. Їх формують загальний художній стиль часу й породжені життєвим досвідом естетичні орієнтації людей. Історія друкарства вказує на те, що форматні переваги різних епох були неоднакові. Це дуже яскраво висвітлено в історії розвитку книги за останнє століття.

Видавець, який піклується про ринковий успіх видання, повинен вважати пріоритетними формати пропорцій видання, наведені у відповідних нормативних документах, тому що з погляду сучасного споживача книги, вони мають найбільш привабливий вигляд. Серед форматів, пропонованих ГОСТ 5773-90 «Издания книжные и журнальные. Форматы», це 70×100/16 (пропорція 1:V2), 60×90/16 (2:3), 84×108/32 (13:20), 75×90/32 (3:5), 70×90/32 (13:20).

Оскільки перерахований форматний ряд досить вузький і не завжди дозволяє дизайнеру зробити необхідний вибір для компоновки матеріалу, в окремих випадках слід спеціально домовлятися із друкарнею про застосування «нестандартних» (якщо керуватися вимогами стандарту) форматів, таких, наприклад, як 60×100/16 (3:5), 84×100/32 (3:5), або формату, що дозволяє ще більше загострити вертикальну спрямованість пропорцій книги, 84×90/32 (майже 1:2).

Естетично-стильові вимоги до формату видання часом можуть вступити в протиріччя з тими функціональними, гігієнічними та технологічними умовами, про які говорилося вище. У такому разі видавцеві й дизайнерові доводиться шукати компроміс, чимось жертвувати. З іншого боку, існують варіанти, що враховують різноматні побажання. Так, пропорція 3:5 не тільки відповідає сучасному естетичному сприйняттю, але й зручна для кишенькових книг, сприятлива для одноколонної верстки без порушення гігієнічних вимог, допускає застосування вузьких шрифтових накреслень, сприяє економічності видання завдяки високому коефіцієнту задрукування паперу.

Вище вже говорилося, що одне з головних завдань макетування – забезпечити візуальний зв'язок між різнорідними елементами видання, домогтися систематизації й зорового впорядкування матеріалу, викладеного у книзі. Найбільш послідовно це завдання вирішується *методом модульної верстки*, введеним у побут швейцарськими типографами в 2-й половині 40-х років і які набули значного поширення у світі в 50–60-ті роки.

Архітектонічною основою композиції, що створена таким методом, служить модульна сітка. Площа шпальти набору членується на рівні прямокутні зони, кожна з яких є модулем. Одна від одної вони відділені модульними пробілами. Висота модуля відповідає певній кількості складальних рядків, ширина ідентична ширині складального стовпця. Якщо в книзі є ілюстрації, таблиці й інші нетекстові матеріали, то їх розміри мають бути кратними модулю.

Принцип роботи дизайнера з модульною сіткою можна пояснити на простому прикладі. На стовпець пробного набору або мальований ескіз у масштабі 1:1, де точно позначений попередній формат набору, висота рядків та інтервали між ними, накладається модульна сітка. При цьому важливо, щоб рядки не перетинали межі модульних зон. Якщо сітка й набір не поєднуються, слід коригувати ескіз.

Вибір шрифту

Вибираючи *шрифт*, дизайнер відповідає на три питання: чи добре можна розрізнити даний шрифтовий малюнок; чи відповідає він характеру й стилю тексту видання; чи задовольняє читача естетично.

Розрізнення шрифту залежить не тільки від його графічних особливостей, а й від специфіки сприйняття та психології тієї або іншої категорії читачів. Тому, вибираючи гарнітуру видання, дизайнер повинен уявляти собі основну читачку адресу книги. Так, загальновизначним фактом є те, що діти, які починають читати, легше сприймають

рубані шрифти через те, що вони є більш контрастними, цільними за малюнком.

Відповідно до вимог діючих стандартів щодо оформлення дитячої літератури, для друку основного тексту на кольоровому тлі з багатокольоровими ілюстраціями необхідно застосовувати таке оформлення сторінки дитячого видання:

- ✓ рубані шрифти широкого світлого прямого накреслення місткістю не більше 5 знаків;
- ✓ кегль шрифту не менше 20 пунктів;
- ✓ збільшений інтерліньяж (не менше, ніж на 4 пункти);
- ✓ довжина рядка від 7 до 9 квадратів (від 126 до 171 мм).

Але чи завжди шрифти без засічок доречні? Як бути, наприклад, у тому разі, коли потрібно видати для дітей казки? Тоді доречно використовувати антикву малої або середньої контрастності, застосовуючи один із шрифтових малюнків старого або перехідного стилю. У такому разі в основному вдалося б дотриматися обох вимог: і розрізнення, і доречності.

Якщо ви більше піклуєтеся про зручність читання, ніж про економію паперу, намагайтеся уникати застосування звужених накреслень, особливо, якщо набирається текст, розрахований на суцільне читання, то перевагу в розрізненні мають шрифти з відчутними міжлітерними й внутрішньолітерними просвітами.

Що стосується вибору шрифту з *естетичних позицій*, то тут найголовніше – вміти уникнути тих або інших типових помилок. Одна з них – використання шрифтів, які розроблені на невисокому професійному рівні, та в яких зустрічаються знаки з незвичним для ока малюнком, через що останні «випадають» із загального гарнітурного ряду. У першу чергу це стосується до кириличних версій латинських шрифтів, що проникли на український ринок, і до багатьох вітчизняних комп'ютерних шрифтів, що виникли в результаті непрофесійної шрифтової творчості самих користувачів ЕОМ.

При виборі шрифту не слід впадати в естетичні крайності. Бажано уникати як шрифтових малюнків, які набили оскому, так і відверто екстравагантних, підкреслено індивідуальних (акцидентних) за своїм виглядом. Читач не сприйме шрифтовий малюнок, що для нього є занадто незвичним. Водночас повсюдно використовуваний шрифт теж викликає роздратування.

Із впровадженням настільних видавничих систем, появою комп'ютерних шрифтів і переміщенням додрукарських процесів у видавництва значно розширилися можливості щодо застосування різноманітних шрифтів за своїм розсудом.

Регулярно поповнюючи свій фонд професійно розробленими, естетично повноцінними шрифтами, видавець має можливість якісно оформлювати свої книги. Така видавнича продукція вигідно виділятиметься на загальному книжковому ринку.

Забезпечення зручності читання видання

Предметом особливої турботи видавця має бути зручність читання книги – одна з головних якостей, що визначає її успіх у читача. Зручність читання забезпечується насамперед розрізненням шрифтового малюнка, але це – не єдина умова.

Так, украй важливим є вибір шрифтового кегля. Оптимальним для читання є книжковий набір кеглем від 9-го до 14-го, причому для видань художньої літератури бажані 10–12-й. На жаль, із міркувань економії паперу видавці нерідко занижують кегль. Тож хотілося б порекомендувати їм разом із кеглем замінити й шрифт на інший, з більшою висотою рядкових знаків без виносних елементів. Комфортність читання багато в чому залежить і від формату складального рядка: для сприйняття тексту оптимальним вважається рядок, що містить 50–55 знаків і дорівнює в типографському вимірі 18–22 цицера. Найпоширеніше порушення умов зручності читання – надзвичайно вузькі поля за периметром шпальти набору. Часом вони настільки малі, що рядок ніби йде в корінець книги. Таке верстання тексту не слід використовувати для видань художньої літератури, розрахованих на суцільне й тривале читання.

Ступінь зручності читання тексту багато в чому визначається точністю вибору й забезпеченням рівності міжслівних і міжрядкових пробілів. Несприятливе враження викликають і перепади в розмірі інтервалів між словами.

Міжслівний пробіл, зрозуміло, може бути відносно великим або малим залежно від характеру шрифтового малюнка й від обраного кегля. Діючі технологічні інструкції допускають при виборі міжслівного пробілу альтернативу в межах від 1/4 до 3/4 розміру текстового кегля. Однак оптимальним є все ж таки пробіл, не менший 1/3 і не більший 1/2 розміру кегля.

Так, використовуючи шрифт вузьких пропорцій, міжслівний пробіл можна зменшити. Зате знижуючи кегль, не можна тією ж мірою зменшувати й пробіл, тому що в малих кеглях потрібні відносно більші інтервали між словами, ніж у великих і середніх, інакше зручність читання тексту постраждає. Величина міжслівного пробілу повинна погоджуватися також з величиною міжлітерного пробілу (інтервалу): зменшення (збільшення) першого вимагає й зменшення (збільшення)

другого. У сучасній літературі як синонім поняття «міжлітерний пробіл» нерідко застосовується термін «апрош».

Поліпшенню читання сприяє й регулювання інтерліньяжу. Так, якщо ви набирається рядок оптимальної довжини – 50–55 знаків, то читання тексту буде комфортним при двопунктовому і навіть однопунктовому міжрядковому інтервалі. Якщо ж рядок перевищить 60 знаків, то міжрядковий інтервал необхідно збільшити до трьох пунктів. Не рекомендується зімкнутий (тобто без додаткового міжрядкового простору) набір шрифтами малих кеглів (сьомого й нижче).

Вибір способу набору тексту

Одним із найвідповідальніших завдань для типографа є вибір такого способу набору тексту, який би відповідав його «духу», функції видання й вимогам візуально-гармонійної організації текстового масиву. Книжковому дизайнерові найчастіше доводиться вибирати між *набором із виключкою* і *«прапорцевим» набором*, причому кожен із цих способів, поряд зі своїми перевагами, має й специфічні недоліки. Якщо керуватися принципом виключки рядків, тобто заповнювати текстом повний формат рядка, прагнучи надати шпальті набору класичних обрисів прямокутника, майже неминучим є порушення рівності міжслівних пробілів. Крім того, виникне потреба часто застосовувати знак переносу, що заважає зоровій цілісності текстового блока. Якщо ж заради рівності міжслівних пробілів відмовитися від виключки й один із країв шпальти зробити порваним (іншими словами, використовувати принцип *«прапорцевого»* набору), в цьому разі порушується узгодженість геометричних контурів шпальти набору й книжкової сторінки. Відповідно, завжди виникає питання: що ж вибрати? Універсальне рішення важко запропонувати. Треба вибирати, виходячи з конкретних умов. Так, для творів класичної прози або видань, що відтворюють пропорції традиційної книги, «прапорцевий» набір був би непотрібною модернізацією. Його краще уникати й у виданнях із багатоколонковою версткою. Зате він цілком доречний у виданнях поезії, в альбомах, книгах із мистецтва.

Неминучі дефекти обох видів набору можна компенсувати або згладити. У наборі з виключкою, особливо при короткому форматі рядка, діючим засобом вирівнювання міжслівних пробілів є розбивка переносом слова, що замикає рядок.

Щоб якоюсь мірою нейтралізувати головний недолік «прапорцевого» набору – рихлість правого контуру складальної смуги, визначте під час розробки текстового макета довжину найдовшого й найкоротшого рядка (не беручи до уваги кінцевих) таким чином, щоб другий становив 85 %

від першого. У цьому разі зорове сприйняття текстового блока буде сприятливим, а твердому дотриманню параметрів рядків допоможе застосування переносу.

До вічних типографських проблем, які існували й продовжують існувати незалежно від змін у технології набору, відносять висячі рядки, декілька рядків (один за одним) з переносами й оптичну нерівність відстаней між деякими знаками при стандартному апроші. Що стосується останнього, то, дійсно, при однакових пробілах сусідні літери, обмежені прямими штрихами, здаються ближчими одна до одної, ніж літери, обмежені косими штрихами (наприклад, П – УЛ, НТ – МА), особливо у великих кеглях. Тому для типографської доброти набору застосовується кернінг (вибіркова зміна міжлітерного інтервалу), який стосується лише комбінації деяких пар знаків.

У сучасному наборі його здійснюють у ручному режимі на клавіатурі або за допомогою автоматизованих програм. Вдаючись до другого способу, слід брати до уваги дві обставини: по-перше, включений кернінг сповільнює виведення тексту, і тому операторові доводиться вибирати між якістю результату й швидкістю його одержання; по-друге, не в усіх конкретних випадках кернінг, який закладений у програмі, є задовільним.

Стара типографська рекомендація – не застосовувати переноси в трьох-чотирьох рядках підряд для збереження зручності читання тексту й краси вигляду шпальти набору – залишається актуальною й у наші дні. Автоматичний перенос слів, що є попередньо заданою функцією сучасних комп'ютерних програм, не повністю і не завжди збігається з вимогами естетики переносів, про яку турботу повинен проявляти верстальник, використовуючи примусовий перенос або скасовуючи перенос взагалі.

Необхідно обов'язково усувати заверстки, що утворюються під час верстання тексту. Висячі рядки – один із найвагоміших огріхів, що зустрічаються в типографіці. Комп'ютерні програми верстки не забезпечують повністю автоматичного розв'язання цього завдання, але можна вдатися за допомогою видавничого редактора до невеликого скорочення чи збільшення тексту, щоб вигнати або підігнати відповідні рядки.

Серед проблем, що виникають перед книжковим дизайнером, помітне місце займає вибір тону друкарського паперу, тому що від тону, на якому сприймається шрифт, багато в чому залежить розрізнення останнього. Крім того, типографська фарба не однаково поєднується з фонами різного кольору.

Поширена думка, що кращим папером для друку є ідеально білий. Він дійсно гарний для відтворення ілюстрацій, однак для читання зовсім не оптимальний, бо викликає сліпучий ефект. Тому, якщо йдеться про чисто текстове або переважно текстове видання, віддавайте перевагу при виборі паперу не нейтрально білому, а більш теплому за тоном, що нагадує колір яєчної шкарлупи або в крайньому разі світлої замші (так званий тон шамау).

Ілюстрування видання

Значною частиною роботи художника у книзі є ілюстрування. Особливо важлива пізнавальна (або пояснювальна) ілюстрація у виданнях довідкових, науково-технічних і навчальних.

Пізнавальні ілюстрації можуть бути двох видів: правдоподібне відтворення зовнішнього вигляду об'єкта або рисунок-схема. У першому випадку ілюстрація впливає на наочно-чуттєве сприйняття, у другому, демонструючи принципову структуру об'єкта або пояснюючи механізм його дії, – на здатність логічного мислення читача. За будь-яких обставин пізнавальна ілюстрація має бути документально точною. Коли пізнавальні ілюстрації обох видів присвячуються одному сюжету й характеризують об'єкт кожна по-своєму, доповнюючи одна одну, тоді їх вплив на читача стає особливо ефективним. Пізнавальна ілюстрація вимагає професіоналізму й чіткості графічного виконання. Не можна використовувати без професійної переробки аматорські малюнки й фотографії, що надають автори текстів, як це нерідко роблять видавці.

У дидактичних і наукових виданнях корисно застосовувати *цікаві ілюстрації*, тобто веселі відступи від сухого наукового тексту, що надають читачеві необхідної психологічної розрядки. У підручниках продуктивно використовувати ігрові ілюстрації, за допомогою яких учень в ігровій формі отримує й виконує те або інше завдання.

Трохи окремо знаходиться *художньо-образна ілюстрація*, яка використовується у деяких виданнях. У точному значенні вона не є обов'язковим елементом книги. Існує безліч неілюстрованих видань художньої літератури, які цілком задовольняють свого читача завдяки оформленню тільки типографськими засобами. Але якщо видавець вирішує видати літературно-художній твір з ілюстраціями, він повинен усвідомити всю відповідальність подібного рішення. Ніщо так не шкодить виданню повісті або роману, оповідання або поеми і дискредитує твір письменника, як «полегшене» ілюстрування, засноване на їх поверховому читанні. Залучати до роботи потрібно лише такого художника, який бажає і здатен вникнути в суть письменницького тексту і втілити його дух в образотворчій формі. Крім того, вона має

бути органічно «інтегрована» у книгу, стати частиною її загальної типографічної архітекτονіки. Якщо у видавця немає можливості виконати всі ці вимоги, то краще літературно-художню книгу випустити зовсім без ілюстрацій, ніж з поганими ілюстраціями.

Хотілося б також застерегти видавців від поширеної помилки – запозичати ілюстрації, що отримали визнання, з колишніх видань. Такий метод є виправданим лише тоді, коли йдеться про факсимільне відтворення старого видання. Якщо ж стару ілюстрацію треба помістити в книгу іншого формату, змінити її розмір, штучно прив'язати до іншого макета, то навряд чи можна розраховувати на естетично задовільний результат.

Одним з неодмінних обов'язків типографа – домогтися в ілюстрованому виданні гармонійного зорового поєднання набору й ілюстрацій. Ефект органічного «інтегрування» ілюстрацій в архітектоніку шпальти набору найлегше досягається шляхом використання модульної сітки.

Складніше вирішити проблему синтезу ілюстрації й шрифту. Тут потрібно враховувати їх стилістичну сумісність і «вагове» співвідношення. Для візуальної рівноваги зображення важливо, щоб тонкі штрихи шрифту не були тоншими, ніж штрихи малюнка, а найбільш насичені штрихи малюнка не «перекрикували» основні штрихи шрифту. Якщо ж використовується напівтонова ілюстрація, слід подбати про її відповідну тональну насиченість.

Дії типографа й ілюстратора мають бути чітко скоординовані. При замовленні роботи типограф зобов'язаний дати ілюстраторові максимум відомостей про те графічне середовище, в якому будуть розміщені ілюстрації, рекомендувати розміри оригіналів, погодити з ілюстратором їх стилістичний характер і техніку виконання. Бажано, щоб подані до видавництва ілюстрації були ідентичні або принаймні досить близькі один одному за масштабом зображень. Інакше при їх видавничому зменшенні буде порушена насиченість штрихів малюнка й перевищені припустимі коливання щільності тону.

В окремих випадках можна поєднати зображення й текст за принципом контрасту, але це має бути абсолютний, точно знайдений контраст, а не просто набір кольорів.

Зовнішній вигляд книги

Особливе місце в роботі дизайнера займає проектування зовнішнього вигляду книги та її перших сторінок. Багато видань, що випускаються у палітурках, мають суперобкладинку. Вона покликана захистити палітурку від бруду й пошкоджень, а також служити рекламним цілям. Характерні риси такої суперобкладинки, що є скоріше додатком до книги,

ніж її частиною, – яскравість кольору, помітність на ній ілюстрацій і написів, насиченість великою кількістю видавничої інформації. Подібна суперобкладинка не претендує на довге життя: після покупки книги її звичайно знімають і викидають. Однак для сучасної видавничої практики характерні спроби «прив'язати» суперобкладинку до книги шляхом використання відповідної образотворчої символіки, шрифту того ж малюнка, що й у тексті, і розміщення всіх елементів композиції суперобкладинки відповідно до модульної сітки, за якою верстається й саме видання. Такий спосіб її формування є кращим і забезпечує їй більшу довговічність.

Хоча у видавничій практиці широко використовуються й м'які обкладинки, і палітурні кришки з паперовою поверхнею, що є певним об'єднанням суперобкладинки й титульного аркуша, все ж найбільше відповідають своєму призначенню *палітурки* класичного типу, де покривним матеріалом є шкіра, тканина або їх заміники. Основна перевага таких палітурок у тому, що вони виділяють таку книгу серед інших предметів і налаштовують людину на занурення в її атмосферу.

Палітурка, випереджаючи текстову насиченість книги, має бути не перевантаженою інформацією, небагатослівною: основна інформація, за якою книгу шукатимуть на бібліотечній полиці (ім'я автора, назва твору, символ видавця), має розміщуватися на корінці; сторінки можуть або зовсім не нести ні тексту, ні зображень, або мінімальну їх кількість (наприклад, нанесений за допомогою тиснення фольгою або безбарвним тисненням графічний символ серії тощо).

Форзац має бути контрастним стосовно палітурки й тим він допомагає читачеві психологічно відключитися від зовнішності книги й навколишніх її предметних реалій. На людину, яка розкриває палітурну кришку, він діє новизною свого тону або кольору. Бажано, щоб форзац мав таке фарбування, яке б гармоніювало з кольором палітурки за принципом співзвучності протилежностей, або був сірим чи білим. Манера розміщувати на форзаці зображення й навіть текст не тільки його спотворює, а й позбавляє специфіки, перетворює його в подібну внутрішньокнижкового розвороту. Перевага форзаца у його цілісності, зоровій незавантаженості, у відчутності текстури паперу. Не викликає сумнівів лише єдиний спосіб графічного втручання у композицію форзаца – застосування метричного ряду повторюваних простих орнаментальних елементів.

За форзацом знаходиться книжковий блок. Його перші сторінки утворюють своєрідний вступ до основного тексту, що іноді називають *збірним аркушем*. Послідовність елементів, котрі становлять повний, класичний збірний аркуш, така: с. 1 – авантауіл; с. 2 – фронтиспис;

с. 3 – титул, або титульний аркуш (розворотний титул займає с. 2–3); с. 4 – сторінка з певною частиною вихідних відомостей; с. 5 – присвята або сторінка, з якої починається передмова. На наступних сторінках розміщується зміст.

Основний типографський мотив збірного аркуша – поступове, наростаюче від сторінки до сторінки насичення чистої паперової поверхні друкованими знаками, своєрідна підготовка до читання.

Так, *авантитул* майже не заповнюється. Звичайно, на ньому розташовується лише назва твору, що публікується (часом з ім'ям автора), нерідко – видавнича марка. Причому за своїм розміщенням рядок із назвою й графічним символом відповідає верхній і нижній межах набору текстової частини книги. Авантитул випереджає, але не дублює титул і не є рівнозначним йому, тому текст на авантитулі має набиратися кеглем меншим на 2–3 пункти, ніж кегль титульного аркуша.

На звороті авантитулу доречно розмістити шпальту ілюстрацію – *фронтистис*. Звичайно це портрет автора, або графічне втілення самої атмосфери твору. За своїми розмірами ілюстрація має відповідати площі шпальти набору у текстовій частині книги.

Більшу, ніж авантитул, текстову інформацію несе *титульний аркуш*. Він повідомляє читачеві, по-перше, ім'я автора й назву твору, по-друге, назву й місцезнаходження видавництва, рік випуску видання. Перша група відомостей зазначена у верхній частині титульного аркуша, друга – у нижній. Простір між верхньою та нижньою текстовими групами може залишатися незаповненим, але припустимо вкраплення таких елементів, як видавнича марка або, у деяких випадках, вінєтка.

Важливим моментом при композиції титулу є розподіл інформації за значущістю, що досягається варіюванням шрифтового кегля. Найбільшим (який перевищує щонайменше на два пункти кегль основного тексту книги) має бути рядок із назвою твору. Назву видавництва не слід набирати більшим кеглем, ніж ім'я автора. Бажано, однак, задля збереження масштабної єдності й ритмічної цілісності композиції титулу не застосовувати більше трьох кеглів. Крім того, з огляду на одну з характерних рис оптичного сприйняття, необхідно основний масив текстового навантаження титульного аркуша розмішувати в його верхній третині. Слід зазначити також, що відповідно до вимог архітекtonіки рядок із назвою видавництва не має перевищувати довжину рядка з назвою книги (у крайньому разі, перший можна розбити на два).

Титул – це кульмінаційна віха у процесі «вступу» читача до книги. Тому візуально-структурний зв'язок титулу із текстовою частиною

книги має бути досить тісним. У складальному титулі слід застосовувати ті ж шрифтові гарнітури, що й у самому тексті.

Необхідно, щоб композиція титулу ніби проектувалася на композицію наступних за ним текстових смуг. Зокрема титульний аркуш повинен мати аналогічні пропорції полів. Якщо в текстовій частині книги дотримується класична пропорція, при якій зовнішнє бічне поле є ширшим від корінцевого, а нижнє – ширшим від верхнього, то й складальна композиція титулу має розмішуватися не по середній вертикальній осі своєї сторінки, її переносять трохи вгору і вліво. Якщо ж текст видання заверстаний із застосуванням модульної сітки, то її опорні осі потрібно виявити й під час компонування титулу, а кожний з елементів титульного тексту слід зробити кратним модульній одиниці.

Оформлення *обороту титулу* потребує спеціального дизайнерського контролю. У вітчизняних виданнях ця сторінка завжди перевантажена, тому що відповідно до вимог видавничих стандартів має значний пакет різних відомостей. Вони потрапляють до книги в останній момент, і часто набираються іншою гарнітурою, довільним кеглем і заверстуються абияк, без участі художника. В результаті ці тексти вступають у грубе протиріччя з композицією макета. Завдання видавця – передбачити й запобігти цьому.

Чергу шпальт збірного аркуша логічно завершити *змістом*. На жаль, у вітчизняній практиці переважає інша традиція: набагато частіше зміст можна знайти наприкінці книги, що для читача менш зручно. Отримати досить докладну інформацію про зміст книги і її структуру цілком логічно на одній із перших сторінок, особливо якщо йдеться про видання наукове, довідкове, навчальне.

Особливості використання електронної техніки для художнього оформлення книги

Використання комп'ютера в книжковому дизайні полегшує й значно прискорює процес проектування. Пошук оптимального варіанта композиції пробних шпальт на екрані ЕОМ не тільки дає вигравш у часі, але й рятує художника від рутинних операцій: малювання, виклеювання «шаблону» тощо. Комп'ютерні програми верстки дозволяють відмовитися від виготовлення гранкового макета технічним редактором, до того ж забезпечити виконання значної частини роботи зі створення оригіналу-макета в автоматичному режимі. Для формування типових сторінок видання програми верстки пропонують готові шаблони й дозволяють створювати власні, якщо шаблони з бібліотеки програми не задовольняють типографа.

Програми верстки автоматично витримують задані параметри подання тексту: формат складального рядка, шрифтові виділення, інтерліньяж, кернінг, трекінг, виключку рядків та ін. Водночас інтерактивний режим, у якому працює більшість програм, дозволяє вносити до композиції макета необхідні корективи у процесі заверстки.

Один із принципових моментів комп'ютерного форматування тексту – створення сітки розміщення. Сучасні програми практично не обмежують можливостей багатоколонкової верстки, дозволяючи розмістити на сторінці до двадцяти стовпців, а також надають можливість використовувати метод модульного макетування, описаний вище.

Для ілюстрування видань у настільних видавничих системах дуже часто робиться зчитування оригіналів, створених традиційним способом (фотографії, малюнки, друкована авторська графіка й т.ін.), шляхом сканування з подальшим включенням їх до програми верстки. Все більше поширюється метод створення графіки безпосередньо в ЕОМ. Це не тільки традиційна векторна графіка (креслення, плани, діаграми), але й растрові зображення. Все частіше художники створюють авторські ілюстрації не за допомогою олівця чи пензлика, а використовують сучасні досягнення електронної техніки: (графічні планшети, мультимедійні розробки тощо). Перспективним напрямком створення ілюстрацій є використання тривимірної графіки. У спеціалізованих програмних пакетах (Studio Max, Maya, Softimage 3D, LightWave 3D) створюються реалістична тривимірна модель зображення або сцени, які потім оброблюються у растрових редакторах і на виході отримується оригінальне, якісне зображення для поліграфічного відтворення.

Нерідко видавці помилково вважають, що, маючи у своєму розпорядженні комп'ютерну програму верстки, можна під час макетування видання покласти на компетенцію оператора ЕОМ або верстальника й обійтися без послуг дизайнера. Шаблони, які є в комп'ютерній програмі, дозволяють верстати видання, нескладні за структурою, з великою кількістю однотипних сторінок. Що ж стосується видань навіть середньої складності, робота над їх макетом не тільки вимагає попередніх етапів, а й на стадії верстки не може мати механічного характеру, тому що часом виникає потреба прийняти нестандартні композиційні рішення. Так само не можна сподіватися на те, що оператор відстежить виконання програмою всіх типографських тонкощів набору. Для цього необхідна компетентна консультація художнього редактора.

Як замовити й оцінити дизайн книги

До моменту замовлення автором рукопису майбутнього видання видавець повинен скласти уявлення про його тип, обсяг, принциповий характер і художнє оформлення. Усе це необхідне для визначення

рентабельності видання й розміру пов'язаних із ним видавничих витрат, а також для зв'язку передбачених параметрів видання з технологічними можливостями поліграфічної бази.

На цій стадії встановлюються об'ємне співвідношення між текстом та ілюстраціями, що включаються до видання, орієнтовна кількість і види ілюстрацій, наявність та кількість шмуцтитулів, спосіб друку, його кольоровість, визначаються бажаний формат видання, вид паперу для друку тексту й ілюстрацій, тип і покривний матеріал палітурки. Зрозуміло, ці попередні дані можуть бути скориговані під час подальших контактів видавництва з художником видання та друкарнею, але лише в розумних і практично можливих межах.

Наступний етап – запрошення художника до роботи над виданням. Вибирати кандидатуру необхідно з урахуванням його професійної спеціалізації, стилістичних прихильностей, творчого темпераменту. Не кожний графік може поєднувати вміння створювати оригінальні ілюстрації й володіння технологією типографіки. Тому роботу над ілюстраціями та макетом нерідко доводиться доручати двом різним художникам. При виборі художника книги не можна не думати про ступінь його творчої сумісності з автором тексту, що є дуже важливим при ілюструванні творів художньої літератури.

На наш погляд, перш ніж залучити художника до співпраці, видавець повинен собі чітко уявляти його творчу особистість, ознайомитися з його творами. Те ж саме стосується художників-початківців, і спочатку їм не варто доручати виконання відповідальних замовлень. Бажано, щоб уже на ранній стадії своєї роботи художник мав можливість ознайомитися з рукописом видання або, якщо до того моменту рукопис ще не готовий, хоча б з його фрагментами й загальним планом. Чим зрозумілішим для художника буде зміст створюваної книги, тим точніше він формуватиме її ілюстраційний ряд і типографічну композицію.

Як показує практика, сприятливий результат дає безпосереднє співробітництво художника з автором тексту. Пропозиції художника з ілюстрування книги, удосконалювання її структури, уточнення рубрикації, введення якихось додаткових текстів, котрі будуть прийняті й реалізовані автором, ідуть на користь архітектоніці видання, його предметно-естетичній цілісності.

У термін, обумовлений домовленістю з видавництвом, художник повинен подати деяку кількість пробних ілюстрацій і попередній ескіз макета, що дає можливість судити про вибраний художником для даного видання композиційний «хід». Після схвалення попереднього ескизу й пробних ілюстрацій приймається уточнений і деталізований план дизайну видання. Після цього художник виконує основну частину

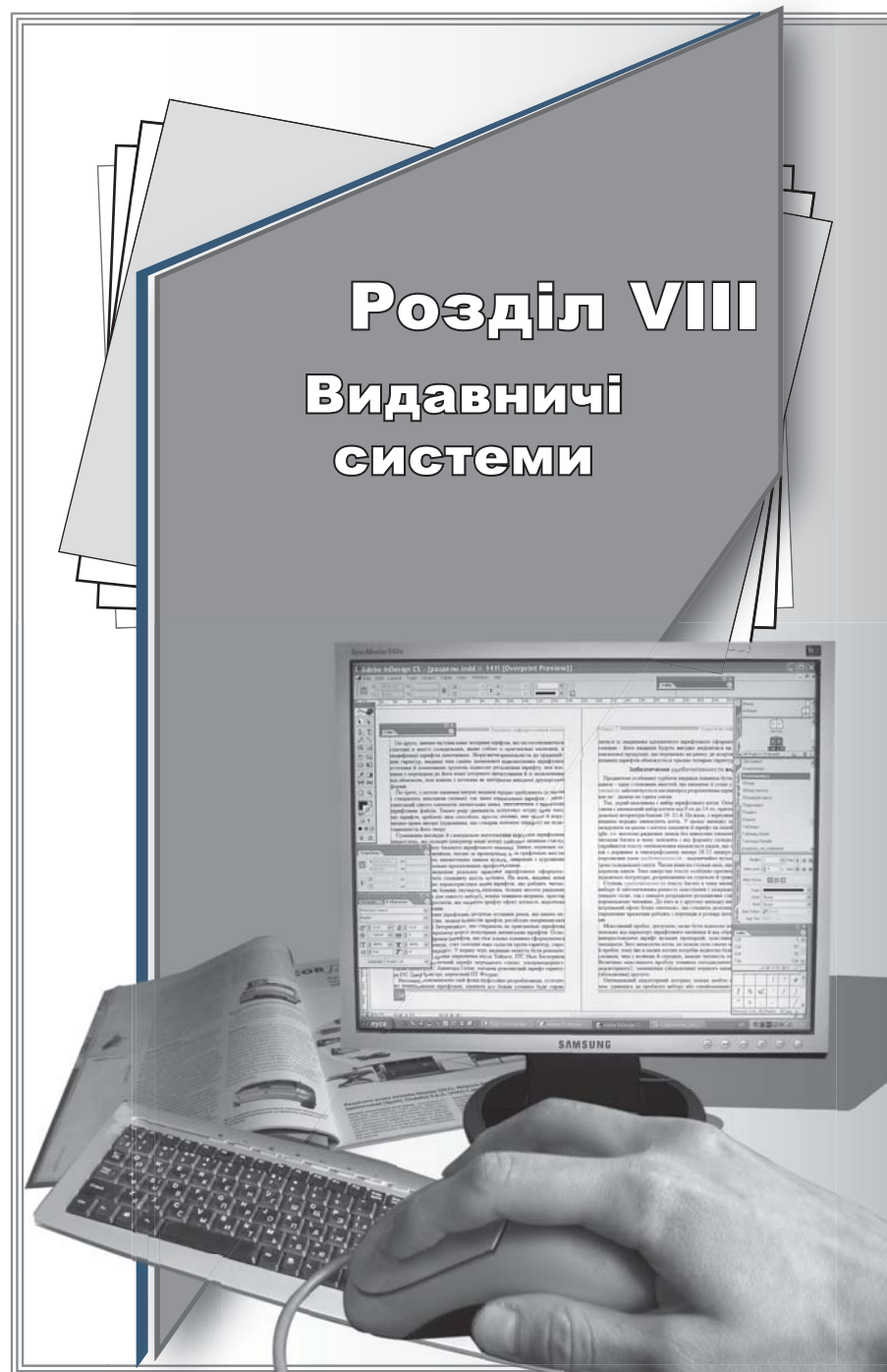
свої роботи, створюючи авторські оригінали ілюстрацій, макета й зовнішнього оформлення видання. Силами компетентних співробітників видавництва, автора тексту і, якщо в тому є потреба, сторонніх фахівців дається експертна оцінка поданих художником матеріалів. Якщо матеріали приймаються видавництвом, вони проходять стадію художнього та технічного редагування й надходять до друкарні як складова частина видавничого оригіналу рукопису.

Деякі особливості має замовлення на розробку проекту *книжкової серії*. Тоді художникові замовляється принциповий макет серійного видання, що повинен бути своєрідним еталоном при макетуванні конкретних книг, що входять до серії. Щоб успішно впоратися зі своїм завданням, художник повинен уявити діапазон серії, а видавець – надати йому максимально широкий орієнтовний список складу серії.

Ступінь «жорсткості» серійного оформлення може бути різним, але елементи, на які покладається роль типових, мають залишатися незмінними в кожному серійному виданні. Бажано, щоб постійне місце в макеті зберігали назва серії та її графічний символ, якщо такий існує, щоб усі книги серії мали один формат, загальні тип, матеріал і оформлення палітурки, єдину модульну сітку, однакову композицію «вступу» до книги, однотипні рішення спускових шпальт незмінні форматні співвідношення шпальт набору й книжкової сторінки.

Підсумовуючи все сказане, можна зробити висновок, що в складі видавництва обов'язково має бути художній відділ або принаймні один типограф-професіонал досить високого класу, який здатний:

- а) грамотно замовити художникові й прийняти від нього макет, ілюстрації та інші елементи оформлення видання;
- б) професійно підготувати видавничий оригінал рукопису до здачі у виробництво (художньо-оформлювальний аспект);
- в) контролювати якість набору й верстання (у разі, якщо ці операції здійснюються у видавництві);
- г) дотримуватися типологічної дисципліни в дизайні видавничої продукції;
- д) контролювати дотримання і реалізацію видавничого фірмового стилю.



8.1. НАСТІЛЬНІ ВИДАВНИЧІ СИСТЕМИ

Близько 15 років тому виникло поняття «комп'ютерні видавничі технології» (КВТ). У широкому значенні КВТ – підготовка видань засобами настільних видавничих систем або так званих комп'ютерних видавничих систем (КВС).

Видавнича система – це комплекс, що складається з персональних комп'ютерів, скануючих, вивідних і фотовивідних пристроїв, об'єднаних у мережу, програмного забезпечення, яке використовується для набору й редагування тексту, створення й обробки зображень, верстання й виготовлення оригінал-макетів, фотоформ, кольоропроб тощо.

Хоча комп'ютери сьогодні застосовуються в усьому видавничо-поліграфічному процесі, у тому числі й безпосередньо в накладках, поняття видавничих систем пов'язується, головним чином, з редакційними і додрукарськими процесами. Як ми вже зазначали, редакційний процес містить творчу частину видавничого процесу, тобто розробку задуму видання, створення, підбір і редагування тексту та ілюстративних матеріалів, проект оформлення (розробку сітки видання).

Спочатку поняття комп'ютерних видавничих технологій поширювалося тільки на книги й іншу поліграфічну продукцію. Зараз спостерігається поступове розширення сфери поширення КВТ до повної інформаційної підтримки бізнесу:

- за номенклатурою продукції: флайери, плакати, буклети, звіти, брошури, книги, рекламні матеріали, періодичні видання, технічна документація з програмного забезпечення, елементи фірмового стилю тощо;

- за видом публікації: тверді копії, мережні видання, Інтернет-ресурси.

Призначення й можливості видавничих систем

Дизайн друкованих видань завжди визначався новими технологічними процесами. Таким технологічним проривом можна вважати появу в 1985 році комп'ютерної програми Aldus PageMaker для Mac, що революційно перевернула весь видавничий ринок. Через два роки версія PageMaker з'явилася й для PC. Таким чином, працівники видавництва газет і журналів мали можливість поєднувати графіку й текст на екрані монітора.

Протистояння фахівців старої школи, що звикли працювати з паперовим графічним макетом, було запеклим. Причин тому було декілька: по-перше, реальний ринок видавничих систем на той час ще не з'явився, по-друге, перенавчатися було важко, а по-третє, у них були залізни

аргументи про недосконалість видавничих систем: форматування параграфів призначалося індивідуально, ніхто не мав поняття про стилі, були відсутні програми переносів для кириличних мов і т.ін. У видавців книжкових видань аргументи були ще більш вагомими: програма не давала можливості застосовувати перехресні посилання, під час перевірки однієї сторінки порушувався весь апарат книги. Цю проблему компанія Aldus стала вирішувати за допомогою іншого програмного продукту – FrameMaker. Через кілька років (1995 р.) обидва програмні продукти: і PageMaker, і FrameMaker були придбані компанією Adobe System Inc., створеною в 1982 р., яка прославилася до цього часу розробкою універсальної мови опису сторінок PostScript. Зараз на видавничому ринку це найвпливовіша компанія, жодне видавництво або редакція не можуть обійтися без графічного редактора Adobe Photoshop і формату PDF.

В Україні для верстання газет і журналів найпоширенішим був Adobe PageMaker, тоді як для верстки книг FrameMaker застосовувався надзвичайно рідко. У щотижневих виданнях з яскраво вираженою модульною версткою він застосовується також нечасто через високу ціну й складність освоєння програми. Хоча за можливістю автоматизувати верстку у виданнях із повторюваною структурою (книги з великою кількістю таблиць, енциклопедична література з динамічними перехресними посиланнями, ЗМІ із заданими розмірами рекламних оголошень) – це найзручніша програма верстки. При доповненнях або змінах публікації структура видання не буде порушена. Ще FrameMaker зручний тим, що при великій кількості верстальників розробкою шаблонів може займатися найкваліфікованіший, інші підуть по пройденому шляху, таким чином, продуктивність праці різко зростає.

Другим за популярністю в Україні, після PageMaker, програмним продуктом став QuarkXPress. У світовій практиці він був навіть популярнішим. Компанія Quark почала розробки в 1986 р., і в неї була можливість урахувати слабкі місця свого головного конкурента, хоча Тім Джилл, розроблювач програми, стверджував, що в нього не було намірів створювати пакет верстки, він просто хотів випустити добротний текстовий редактор. Перший QuarkXPress з'явився в 1987 р. і завдав серйозного матеріального збитку фірмі Aldus Inc. Величезний американський видавничий ринок в основному базувався на Mac, тому Quark зосередив свої зусилля саме на цьому напрямку. Робота з кольорами в Mac була реалізована на апаратному рівні, і повнокольорові видання віддавали перевагу саме цьому видавничому пакету.

Через 5 років інтерфейс програми був поданий кількома мовами, включаючи досить рідкісні, що, безсумнівно, сприяло поширенню QuarkXPress у всьому світі. До кінця XX ст. компанія пише версію для Windows, намагаючись забрати частину ринку, що залишилася. Справа дійшла до того, що Quark пропонує керівництву компанії Adobe продати всі свої акції. Це був 1998 р. Керівники компанії Adobe Systems Inc. Д. Уорнок і Ч. Гешке відмовили. Весь цей час фірма не відпочивала, а ретельно готувала новий видавничий пакет. У неї в активах був кращий у світі графічний редактор, формати PS й PDF, програма для векторної графіки Adobe Illustrator тощо. І, зрештою, на ринок виходить видавничий продукт нового покоління Adobe InDesign.

У перших версіях нова програма більше нагадувала QuarkXPress, але мала суттєві переваги. Користувачі PageMaker зіткнулися з незвичним інтерфейсом. Компанія намагалася завоювати прихильників Quark, і це їй удалося. Слід додати, що InDesign дозволяє перетворювати у власний формат публікації у форматі QuarkXPress або PageMaker. Це, безсумнівно, значно полегшує процес переходу на нову програму верстання. У третій версії на звичне місце повернулися палітра управління та вбудований текстовий редактор. Образотворчий матеріал, як векторний, так і растровий, можна редагувати частково безпосередньо у видавничій системі або при подвійному натисканні кнопки мишки викликати графічного редактора (Photoshop або Illustrator). Призначення стилів абзацу за допомогою «гарячих» клавіш істотно підвищило оперативність роботи з масштабними публікаціями. На відміну від PageMaker, крім стилів абзацу з'явилися шрифтові стилі. Верстальники пам'ятають, які проблеми були і в QuarkXPress, і в PageMaker під час роботи з таблицями. В InDesign ці проблеми вирішені, крім того, програма дозволяє працювати з таблицями, створеними в найпопулярніших продуктах Microsoft Word або Excel.

Недоліки PageMaker в роботі з кольорами були усунуті, нова програма навіть дозволяє змішувати спот-кольори й працювати з різними об'єктами колірних відтінків. Подібність «гарячих» клавіш і процедур між усіма продуктами Adobe полегшує освоєння всього видавничого пакета.

Робота із шарами можлива як в QuarkXPress, так й в InDesign, але останній підтримує прозорість шарів. З'явилася можливість монтажу образотворчого матеріалу під час верстання, а також в InDesign реалізоване багаторазове скасування дій. До недоліків цієї видавничої системи можна віднести незручність роботи з динамічними виносками.

Не можна не сказати ще про один видавничий пакет – Corel Ventura. Він з'явився на ринку в 1986 р. і відразу ж став однією із кращих програм

для багатосторінкового верстання. Розробники довго не перекладали продукт під Windows і тому Ventura терпіла невдачі. Спочатку вихідні коди програми придбала компанія Xerox, а в 1993 р. – фірма Corel. Видавнича система стала називатися Corel Ventura Publisher. В Україні ця програма не знайшла широкого застосування, чого не можна сказати про Росію, де ця програма дуже поширена, вона ідеально працює з перехресними динамічними посиланнями, дозволяє верстати видання з величезною кількістю формул, щоправда, набирати їх треба своєрідною мовою програмування. Незважаючи на її призначення – створювати книжкові публікації – програму успішно застосовують у ЗМІ для видань із модульним типом верстання.

Під час підготовки документів, що містять велику кількість математичних, хімічних та інших формул, а також складних видів тексту – нот, шахових діаграм, ієрогліфів і т.ін., стандартні редактори документів і видавничих систем виявляються непридатними. Найбільш широко використовуваною системою підготовки технічних текстів є система Тех, розроблена Д. Кнутом. У ній документ готується як звичайний текстовий файл із вмонтованими командами форматування, який потім обробляється компілятором Тех, а за допомогою програм попереднього перегляду його можна побачити на екрані в тому вигляді, в якому він буде надрукований. Система вимагає спеціальної підготовки, але багато західних видавництв використовують її під час набору технічних журналів і книг та приймають для друку статті тільки у форматі Тех. У нас використання Тех-систем практикується лише у видавництвах, що спеціалізуються на науковій літературі, особливо під час друку дисертаційних робіт та монографій.

На відміну від текстових редакторів документів, усі видавничі системи орієнтовані не на введення й редагування, а на верстання, тобто розміщення тексту на сторінках документа, вставку малюнків, оформлення тексту різними шрифтами, використання різних образотворчих ефектів і т.п. Тому під час використання видавничих систем тексти, звичайно, готують у редакторі типу Microsoft Word, а потім переносять до видавничої системи й здійснюють остаточне оформлення. Крім того, видавничі системи дозволяють виконувати різні функції, необхідні для офсетного друку. Найважливішою з них є кольороподіл, тобто виведення на плівки шаблонів для кожного базового кольору, що використовується під час друку.

На відміну від текстових процесорів, котрі працюють із одним безперервним потоком тексту, і графічних зображень настільні видавничі системи створюють на друкованій сторінці окремі елементи. Текст при цьому відділений від малюнків, до того ж на одній сторінці може

бути декілька текстових елементів. На цій же сторінці може бути й кілька малюнків, у тому числі повторюваних (наприклад, логотип). Центром видавничих систем (або систем настільної підготовки публікацій) є програми верстки, які ще й забезпечують певний рівень управління растровими зображеннями.

Розміри й положення різних елементів можна змінювати як завгодно. Деякі програми включають засоби для створення складних елементів оформлення, наприклад градієнтні заповнювачі, векторні об'єкти, спеціальні текстові ефекти.

Усі видавничі системи дозволяють імпортувати графічні файли, але можливості щодо управління імпортованими об'єктами різні. Типові можливості:

- збільшення й зменшення яскравості та контрастності зображення;
- інвертування малюнків у негатив;
- постеризація зображення через зменшення кількості кольорів або відтінків сірого;
- накладення малюнка на напівтоновий екран;
- стиснення растрового файлу;
- зміна розміру, кутів повороту, розтягування малюнка.

У більшості видавничих програм є засоби для створення графічних об'єктів із нуля. Для виділення кожного елемента на сторінці застосовують рамки (під час друку контури рамок не виводяться). Іноді замість рамок застосовуються маркери-ручки, що обмежують контури об'єктів.

Завдяки впровадженню нових технологій дизайн сучасних друкованих видань зазнав великих змін. Нові можливості комп'ютерних програм розширили обрії оформлення газетних і журнальних шпальт. Видавничі системи дозволяють поєднувати текстовий та образотворчий матеріал (векторний і растровий) практично без будь-яких обмежень творчих бажань дизайнера-верстальника.

Інтеграція видавничих систем

Видавничі системи містять у собі не тільки робочі станції (комп'ютери) з відповідним програмним забезпеченням, а й цілий комплекс периферійного обладнання: сканери, фотоскладальні апарати, принтери, різні вимірювальні прилади й багато інших складових. При цьому, навіть добре розбираючись у кожному виді обладнання, досить непросто розрахувати оптимальну конфігурацію системи, від якої залежить не тільки якість друкованої продукції, але й її собівартість. При цьому необхідно також враховувати сумісність усього комплексу програмного забезпечення.

На Заході інтеграція є окремим видом послуг, що не пов'язані з подальшою поставкою обладнання. Вартість цих послуг може досягати 50 % від ціни обладнання для розрахованої видавничої системи. У нас же поставляють техніку фірми, які найчастіше виконують ще й інтеграційні функції, займаючись розрахунком оптимальної для конкретного клієнта системи, її монтажем, сервісом, навчанням персоналу фірми-замовника.

Утім, ситуація починає поступово змінюватися. Замовники, особливо складних видавничих систем (такі, як великі редакції щоденних газет), уже починають розуміти важливість етапу придбання або відновлення своїх редакційно-видавничих систем.

Ще однією особливістю вітчизняного ринку є комплексність продажу. Фірми, якщо й беруть за основу продаж обладнання однієї-двох фірм-виробників, як правило, цим не обмежуються. Таке становище пояснюється тим, що замовники здебільшого хочуть отримати систему «під ключ», а все додрукарське обладнання не може поставити жодна фірма-виробник, тому вони й залучають інших виробників. Відбувається зворотний процес, коли фірми, що поставляють друковане обладнання, за бажанням замовника доукомплектовують його додрукарським.

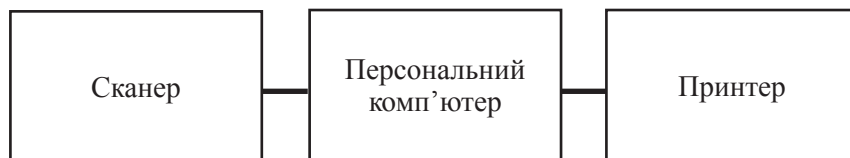
Спроба класифікації покупців видавничих систем призводить до їхнього розподілу на **три групи**. До *першої* входять друкарні й видавництва, котрі хочуть виконувати додрукарські процеси самостійно (здебільшого це газетно-журнальні видавництва). До *другої* групи можна віднести репроцентри, рекламні студії, дизайн-бюро, для яких випуск високоякісної й малонакладної друкованої продукції є основною справою. І, нарешті, до *третьої* групи відносяться фірми й банки, що бажають з тієї чи іншої причини (як правило, щоб зберегти конфіденційність інформації) мати власну поліграфічну базу. При цьому хтось задовольняється офісною поліграфією, хтось – малонакладним поліграфічним виробництвом, а деякі мають можливість виконувати й чужі замовлення.

Час, коли на ринку видавничих систем панували дві-три фірми, що прийшли першими, безповоротно минув. За останні роки з'являється багато фірм, які досить успішно опановують український ринок видавничих систем. Але в цілому ринок ще далекий від насичення, й інтереси продавців поки що не перебувають у гострому протиріччі. Багато фірм, вийшовши на певний рівень, прагнуть придбати не лише офісну техніку, а й малонакладну друкарню. З іншого боку, ті, хто вже має видавничі комплекси, хочуть або оновити, або розширити їх. Розширюється також і ринок замовників. Якщо раніше їх переважна більшість перебувала в столиці країни, то зараз пріоритети змінилися.

Великий потік замовлень іде не тільки із західної частини України, що найбільш зручно розташована для західних інвесторів, але й з півдня та сходу, куди надходять пропозиції не тільки європейських фірм, що себе зарекомендували, а й молодих перспективних постачальників видавничого обладнання з Китаю та Індії. Тож потреба в поліграфічних послугах поки що не задоволена, а інвестиції у видавниче обладнання залишаються одними з найефективніших. Ринок устаткування для видавничих комплексів продовжує зберігати свою привабливість як для продавців, так і для покупців.

Апаратні засоби

Апаратну основу КВС становить базовий комплект: персональний комп'ютер (ПК); сканер для введення текстових і графічних документів; принтер для виведення коректурних відбитків і для отримання оригінал-макета видання (мал. 8.1).



Мал. 8.1. Базова структура КВС

За необхідністю розширення технологічних можливостей базовий комплект доповнюється різними функціональними пристроями (наприклад, кольоровим монітором високої роздільної здатності, цифровою камерою тощо). Спочатку в КВС використовувалися комп'ютери Macintosh фірми Apple. На початку впровадження КВС перевагою цих комп'ютерів було те, що вони розроблялися як спеціалізовані графічні станції, які дозволяють працювати з великими публікаціями, складними графічними об'єктами, та коректно використовувати системи управління кольорами. У нашій країні комп'ютери фірми Apple не здобули поширення насамперед через відносно високу ціну та закритість їхньої архітектури. Важливість для видавця відкритості архітектури системи усвідомлюють усі користувачі після декількох місяців роботи, коли відчувається, що чогось не вистачає: недостатньо потужний графічний адаптер; є потреба розширити оперативну пам'ять або навіть поставити потужнішу системну плату. В умовах нашої країни відкритість архітектури системи – дуже важлива позитивна якість.

В Україні для видавничих технологій найбільш широко застосовуються IBM-подібні персональні комп'ютери, що з успіхом вико-

ристовуються як основа для побудови КВС. Достоїнства цих комп'ютерів – відкритість їхньої архітектури, масовість і відносна дешевизна.

У середньому при однакових технологічних характеристиках і надійності IBM-подібний комп'ютер менше, ніж на 40 % дешевший аналогічного комп'ютера Macintosh. Причому найпотужніші з них не поступаються кращим комп'ютерам фірми Apple. Слід підкреслити, що зараз існує цілий ряд способів апаратного й програмного стикування комп'ютерів Apple та IBM.

Неодмінним атрибутом КВС є лазерні принтери для роздруківки коректурних відбитків і для одержання репродукованих оригінал-макетів книжкових блоків. З усіх принтерів, що зараз використовуються, лазерний принтер, має найбільш високу роздільну здатність. Лазерний промінь засвічує точки, що відповідають символам або картинкам на світлочутливому барабані. Засвічені ділянки при цьому здобувають електричний заряд. На заряджені ділянки налипають дуже дрібні частки фарбника-тонера, котрі потім переносяться на папір і закріплюються на ньому після підігріву. Тонким фокусуванням лазерного променя можна досягти дуже високої роздільної здатності. У цей час мінімальна роздільна здатність лазерних принтерів 300 dpi, а кращі досягають 2400 dpi і більше. Різні моделі лазерних принтерів можуть виводити від 10 до 40 сторінок формату A4 за хвилину.

Останнім часом для отримання пробних відбитків кольорових ілюстрацій й оформлювальних елементів у КВС широкого застосування набули струминні кольорові принтери. Їхня робота заснована на переносі під дією електронних імпульсів дрібних крапельок кольорового чорнила з резервуарів на папір. Роздільна здатність струминних принтерів наближається до роздільної здатності лазерних, однак, швидкість їх виведення суттєво менша (для виведення формату A4 потрібно 0,5–2 хв). Розширення асортименту і поява нових видів чорнила для струминного друку також сприяє використанню струминних принтерів. Основні типи струминного чорнила такі: водні, сольвентні, екосольвентні, масляні й УФ-затверділі. Використання водостійкого чорнила під час струминного друку дозволяє використовувати ці принтери також і для кольоропроби. Хоча найчастіше кольоропробою займаються спеціалізовані репроцентри.

Настільний сканер як складова КВС призначений для введення таксту та ілюстрацій. У сканері для введення чорно-білих зображень використовується матриця приладів із зарядовим зв'язком (ПЗЗ); зображення у комп'ютер вводиться рядок за рядком. Роздільна здатність такого сканера від 10 до 30 лін./мм. Він може ввести кожен елемент зображення одним із 256 рівнів від білого до чорного тону. Такі сканери

найчастіше використовуються для введення текстових документів. Останнім часом у КВС стали активно застосовуватися сканери для введення зображень із кольорових фотографій і слайдів. Їхня роздільна здатність – до 100 лін./мм.

Описані пристрої становлять основу автономно працюючих КВС (мал. 8.1). Однак із них можна утворити за різними схемами редакційно-видавничі комплекси (мал. 8.2).



Мал. 8.2. Редакційно-видавничий комплекс

Менш потужні моделі персональних комп'ютерів (ПК) у таких комплексах можуть використовуватися як автономні робочі місця (АРМ) для набору. Досконаліші комп'ютери доцільно виділити редакторам для виправлення тексту, його перевірки за допомогою введеної у комп'ютер редакторської бібліотеки або для доступу каналами зв'язку через телефонні лінії до баз даних у великих бібліотеках та інформаційних центрах. Окрему групу може скласти художня редакція, в якій робочі місця оснащені професійними сканерами й кольоровими струминними принтерами. Тут готують оригінали обкладинок, оформлювальні елементи або нові шрифтові бібліотеки спеціально для кожного видавництва. Робочі місця необхідно відвести технічним редакторам для верстання книг й одержання оригіналів-макетів книжкових блоків. Якщо якість лазерного принтера досить висока, на ньому виводиться кінцевий оригінал-макет. Однак можлива передача оригіналу в машинному вигляді через локальну мережу, що поєднує робочі місця у видавництві, на вивідні пристрої з більшою роздільною здатністю, наприклад, на ФНА.

Програмне забезпечення

Між будь-яким пристроєм, що входить до складу КВС, і користувачем обов'язково присутній компонент, який зветься програмним забезпеченням. Спосіб спілкування програми з користувачем називається *користувальницьким інтерфейсом*. Існує також поняття «дружній користувальницький інтерфейс» – це кращий для видавця спосіб спілкування програми з користувачем. «Дружній» означає доброзичливу реакцію програми на будь-які (у тому числі помилкові) дії. Розвиток апаратних можливостей комп'ютерів дозволив перейти від інтерфейсів символно-командного типу до взаємодії на основі графічних образів. Міжнародним стандартом де-факто став графічний інтерфейс фірми Microsoft – Windows. Він побудований на основі графічних картинок, що позначають об'єкти у звичному для користувача вигляді. Дружній графічний інтерфейс не вимагає від користувача введення команд за допомогою клавіатури – достатньо управляти курсором на екрані комп'ютера за допомогою пристрою типу «мишка».

Єдиний користувальницький інтерфейс є досить важливим для видавничих систем. У всіх програмах, що працюють за допомогою інтерфейсу Windows, дуже подібна логіка управління. Користувачеві не потрібно заново опановувати команди управління при переході від програми до програми. Управління будь-якою новою версією або програмою опановується без ускладнень протягом декількох хвилин.

На практиці різні етапи додрукарської підготовки книги підтримуються різними програмами.

Найчастіше на етапі введення тексту використовується програма фірми Microsoft – MS Word. Цей текстовий редактор має прекрасні можливості набору й виправлення тексту, шрифтових виділень у ньому, перегляду на екрані. На етапі поліграфічного оформлення різним елементам тексту можна додати будь-яке накреслення, наприклад: підкреслити слово, виділити його курсивом, напівжирним, розрядкою й т. ін., набрати шрифтом іншої гарнітури або кегля. Якщо у виданні або серії видань використовується кілька типових прийомів оформлення параграфів (початковий відступ, інтерліньяж, гарнітура шрифту тощо), можна створити таблицю типових стилів і використовувати її у всій серії. MS Word має зручні засоби для створення таблиць, схем, різних допоміжних елементів (списків, колонтитулів, простих і кінцевих виносів, підписів, текстових рамок тощо). Word дозволяє не тільки імпортувати в документи графіку з форматів, підтримуваних більшістю програм Windows, але й створювати свої векторні малюнки. У цей час він є найбільш популярним текстовим редактором завдяки

розширеному інтерфейсу користувача і наявності відповідних засобів мовної підтримки. За допомогою MS Word можна створювати будь-які документи й публікувати їх в електронному вигляді, а також у вигляді друкованих копій.

Даний текстовий редактор доцільно застосовувати для набору текстів I-III груп технологічної складності. Програма також дозволяє набирати математичні знаки й формули, однак для набору текстів, що містять хімічні формули, нотні або шахові знаки чи інші складні тексти, звичайно використовують спеціально розроблені для цих цілей програми, які в кожному випадку можуть бути рекомендовані й установлені в систему фахівцями з інформаційних технологій у книговиданні й поліграфії.

У КВС для автоматичної перевірки правильності написання слів можна використовувати спеціалізовані програми. Найпоширенішим є комплекс лінгвістичних програм ProLing Office 5.0, що призначений для обробки та перекладу українських і російських текстів.

У видавництвах, де досить багато перевидань із вихідних оригіналів книг у поліграфічному вигляді, звичайно, замість клавіатурного введення тексту використовують автоматичне через сканер і його розпізнавання за допомогою спеціальних програм.

Більшість програм оптичного розпізнавання тексту (OCR – Optical Character Recognition) працюють із растровим зображенням, що отримується через факс-модем, сканер, цифрову фотокамеру або інший пристрій.

Сьогодні лідером серед програм оптичного розпізнавання тексту є ABBYY FineReader. Вона дуже проста у використанні, має зручний інтерфейс різними мовами, відмінно розпізнає відсканований текст, дозволяє відразу його редагувати й зберегти в різних програмах (наприклад, текстовий редактор або систему верстки). За допомогою даної програми прискорюється весь процес переведення тексту до цифрової форми й подальша його обробка.

Для художнього оформлення книг широко використовуються різні графічні редактори. І звичайно ж, найважливішим компонентом програмного забезпечення КВС є програми верстки, характеристики й історія розвитку яких описані на початку розділу.

Шрифтове забезпечення (електронні шрифти)

Доброякісні шрифти для КВС є ключовим чинником широти їхнього використання у видавництвах. Для лазерних принтерів і фотовивідних пристроїв створені великі бібліотеки поліграфічних шрифтів різних гарнітур для набору тексту й заголовків.

Під час розробки шрифтових бібліотек запропоновані різні способи опису літер. Найпростіший – у кожній матриці, що описує букву, точка, що належить зображенню літери, отримує значення 1, а точка, що знаходиться поза літерою, – значення 0. Однак бібліотеки шрифтів, у яких для кожної літери приділяється матриця 300×400 точок, позначених нулями й одиницями, займають досить багато місця в пам'яті. Тому більше поширений спосіб, у якому літери описуються контурами, що обмежують їхнє зображення. Опис літер при цьому стискується, а за допомогою математичних операцій можна автоматично відтворювати літери в різному масштабі. При такому способі достатньо зберігати один опис літери в якомусь базовому розмірі, спираючись на який, програми автоматично будують і підставляють на сторінку шрифт різного кегля і для заголовків, і для основного тексту.

Перший спосіб опису літер у вигляді матриць застосовується в лазерних принтерах фірми Hewlett-Packard серії Laser Jet. Для управління цими принтерами фірмою створена спеціальна мова PCL-Printer Control Language – мова управління принтером. Контурно-векторний опис шрифтів запропонувала фірма Adobe, і використовується він у лазерних принтерах різних фірм. Спеціальна мова для контурного опису шрифтів і управління принтерами отримала назву PostScript. Цією мовою можна не тільки плавно змінювати розмір шрифту, наприклад задати кегль 11,2 пункти, але й трансформувати саме вічко, звужуючи або розширюючи, нахилиючи або повертаючи його, під час переходу від однієї гарнітури до іншої. Завдяки описаним перевагам напрямок контурно-векторного опису шрифтів успішно розвивається, і за допомогою нових програм, що з'являються, кожен художник, працюючи у видавництві за персональним комп'ютером, може створити власні шрифти й шрифтові бібліотеки. Програми Font Designer, Fontographer й FontLab – зручні інструменти для прорисовування на комп'ютері елементів шрифту й формування шрифтових бібліотек у різних форматах. Можливе також створення шрифтів у форматі TrueType й у графічному редакторі CorelDraw версії 11 і вище. Більше того, останнім часом, з появою технології перекодування шрифтів одного опису в інший, для КВС стали доступними бібліотеки професійних систем, що володіють дуже великими шрифтовими колекціями, наприклад фірми Linotype.

У нашій країні багато організацій поширюють бібліотеки шрифтів, велику кількість додаткових знаків для національних мов країн колишнього СРСР, а також для складних видів набору.

Більш детальну інформацію про шрифтове забезпечення видавничих систем можна знайти у навчальному посібнику В. П. Ткаченка, В. Ф. Челомбітько, А. К. Дорош «Обробка тексту у видавничих системах».

8.2. УПРАВЛІННЯ КОЛЬОРОМ У ВИДАВНИЧИХ СИСТЕМАХ

З початку застосування настільних видавничих систем удосконалювалися можливості комп'ютерної технології з обробки графіки й ілюстрацій із прозорих і непрозорих оригіналів, а також ілюстрацій, сформованих художником на екрані монітора. Слід підкреслити, що головною проблемою підготовки кольорових публікацій на комп'ютері є управління кольором. Згадуваний вище стандарт WYSIWYG у даному процесі поки що є ідеалом, досягти якого можна лише в перспективі. Це пояснюється тим, що існують кольори, які можна побачити на екрані монітора (у системі RGB), але не можна отримати в друкованому процесі (у системі CMYK). З іншого боку, є кольори, котрі можна отримати під час друку, але не можна побачити на екрані монітора. Тому ще у 80-х роках домогтися передбачуваної передачі кольору було практично неможливо. Але починаючи з 1993 р. одержання передбачуваних кольорів на всіх етапах від макетування ілюстрації на екрані монітора до друкованого процесу стає можливим. Головним чинником у реалізації сучасних систем управління кольором є поява єдиного формату профайла, тобто файла, що містить інформацію про кольорні властивості пристроїв вводу, відображення й виведення. Цей єдиний формат профайла (стандарт ICC-International Color Consortium) для опису поведінки реальних сканерів, принтерів, моніторів, кольоропроб і друкарських процесів використовує так звану колірну модель CIE, котра служить універсальним перекладачем між RGB-колірним простором монітора й CMYK-колірним простором друкарського процесу.

Трохи про історію організації ICC. Наприкінці 80-х і початку 90-х років XX століття багато компаній, особливо Adobe, Agfa, Electronics for Imaging, Hewlett-Packard, Pantone, Tektronix й Xerox, розробили системи управління кольором, у яких профілі застосовувалися для вирішення проблеми узгодження кольорів, відтворених різними пристроями. Однак профілі однієї компанії були несумісні із профілями інших компаній, і тому споживачі змушені були користуватися обмеженою кількістю профілів, створених для конкретної системи управління кольором.

Компанія Apple Computer першою визнала, що проблему несумісності профілів слід вирішувати на рівні операційної системи, і в 1993 році впровадила архітектуру управління кольором ColorSync, вмонтувавши її в операційну систему Macintosh. Крім того, компанія Apple заснувала Консорціум ColorSync (ColorSync Consortium), до якого увійшли компанії, що використовували у своїх розробках формат профілів ColorSync. Цей консорціум компаній пізніше перетворився в ICC

(International Color Consortium – Міжнародний консорціум по кольорах). Одна із цілей цієї організації була в поширенні архітектури профілів із платформи Macintosh на платформи Windows й Unix. Головним документом ICC є стандарт «Опис формату профілю ICC» (ICC Profile Format Specification), у якому описується формат відкритого профілю, доступного для застосування всіма зацікавленими виробниками. Завдяки визначенню формату, що дозволяє споживачам застосовувати в певному поєднанні профілів різних виробників, консорціум ICC установив стандарт на принципи управління кольором на основі профілів.

Профіль може описувати єдиний пристрій (конкретний сканер, монітор або принтер), клас пристроїв (дисплеї Apple Cinema, принтери Epson Stylus Photo 1280, стандартні рулонні офсетні друкарські машини) або абстрактний колірний простір (Adobe RGB (1998), CIE LAB).

Система управління кольором у своєму складі містить такі апаратні й програмні компоненти:

1. Програмне забезпечення для формування ICC-профілів (наприклад, ProfileMaker, Monaco).
2. Кольоровимірвальне устаткування (система SpectroScan/Spectrolino).
3. Програмний модуль CMM (CMM - Color Management Module) для кольороперетворення в різних колориметричних системах.
4. Програмне забезпечення для застосування профілів (наприклад, Adobe PhotoShop, Adobe InDesign, CorelDraw тощо).

Управління кольором передбачає таку послідовність: за допомогою колірного профілю пристрою введення й програмного забезпечення (Color-Management Module або скорочено CMM) вхідні значення RGB перетворюються в апаратно-незалежні (колориметричні) величини (наприклад, XYZ). Отримані в такий спосіб дані зображень можуть бути використані у будь-яких процесах і пристроях виводу. Застосування колірного профілю стає особливо важливим тоді, коли перед початком обробки зображення ще не зрозуміло, яким способом воно виводитиметься на різні носії інформації: способом офсетного друку, на CD-ROM, чи в Інтернеті.

Коли спосіб виводу зображення визначений, то за допомогою колірного профілю пристрою виведення й такого ж програмного забезпечення (CMM) колірні значення перетворюються в специфічні дані реального кольорового синтезу (у репродукції CMYK). При такому методі роботи профілю виведення приділяється універсальне значення, тому що колірний профіль поряд із колірним охопленням та градаційною характеристикою виводу дозволяє додатково обробити зображення (вирахування кольорових фарб, визначення кількості чорної фарби, завдання кольору паперу).

Інструментально для роботи з елементами оформлення видань, графікою й кольорами у складі комплекту видавничої системи формується, як правило, окреме робоче місце, що значно складніше й дорожче інших ланок. Насамперед, це потужний комп'ютер або графічна станція з оперативною пам'яттю не менше 2 Гб. Крім жорсткого диска ємності не менше 250 Гб такий комп'ютер обов'язково має бути оснащений пристроєм, що дозволяє працювати з DVD-дисками для зберігання бібліотеки слайдів, елементів художнього оформлення й графічним планшетом для зручного введення графічної інформації. Він повинен бути зв'язаний локальною мережею зі станцією верстки. Місце для роботи з кольорами має бути оснащене монітором із розміром екрану не менше 19 дюймів та роздільною здатністю не менше 1280 × 1024 пікселів на дюйм, із можливістю калібрування кольору й графічною картою з пам'яттю не менше 512 Мб, а також лазерним або кольоровим струменевим принтером, професійним планшетним сканером, що дозволяє сканувати слайди. Необхідна також наявність вимірювальних приладів для контролю якості зображення (денситометра або спектрофотометра). Обов'язковою умовою успішної роботи з кольором є використання як вивідного пристрою фотоскладального автомата.

8.3. РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧІ СИСТЕМИ

Застосування комп'ютерних інформаційних технологій у редакційно-видавничих процесах дозволило оптимізувати роботу редакцій від ідей до друкованої продукції за рахунок удосконалення редакційних програм й активного розвитку *редакційно-видавничих систем* (PBC). Ці спеціалізовані програми розробляються для різних платформ (Mac і PC), що забезпечує їхнє значне поширення.

У порівнянні з Росією, а тим більше із західними країнами, український ринок редакційно-видавничих систем тільки зароджується, але вже зараз можна відзначити активний інтерес до нього фахівців. Цьому є багато причин – достатньо нова для регіону тематика, ємний ринок, високий технічний рівень фахівців, і, звичайно ж, невирішені проблеми автоматизації редакційних процесів, що усвідомлюють усі учасниками ринку.

Найбільш відомі й популярні PBC такі: K4 Publishing Systems, Quark Publishing Systems, Scoop. Деякі з них уже проінстальовані в Україні. Можна також відзначити цікаве рішення голландської компанії Woodwing Software – Smart Connection Enterprise, що зараз активно просуває свою розробку на українському ринку.

Розглянемо процес роботи в PBC на прикладі системи Scoop. Робочий день починається з того, що головний редактор дає завдання співробітникам. Репортери пишуть статті, дизайнери розробляють і вводять до системи зображення. Залежно від інсталяцій робота може здійснюватися в Scoop Edit, Scoop Freedom або Scoop Magazine. Як тільки статті готові, вони верстаються на шпальти за допомогою QuarkXPress або InDesign. Репортери можуть також писати статті відразу на шпальту за допомогою шаблонів, що значно скорочує час їх роботи. Статус усіх шпальт контролюється одночасно за допомогою Scoop Page Track, Scoop Freedom або Scoop Magazine. Коли шпальта готова, в QuarkXPress або InDesign дається команда і зміст всієї шпальти поміщається в Scoop Library – редакційний архів.

Автоматизація комп'ютерних процедур. Редакційно-видавнича система Scoop дозволяє самостійно обрати ту чи іншу послідовність операцій під час підготовки статей до друку або в мережні видання.

Скорочення процесу попередньої обробки матеріалу дозволяє зберегти його актуальність. Вибір тих або інших виробничих потоків залежить від виду друкованого/мережного видання. Система надає творцям газети (журналу) альтернативні потоки під час роботи з матеріалом, а остаточне рішення їхнього вибору залишається за виконавцями. Завдяки тому, що розглянута система відкрита та використовує стандартні інтерфейси, її модулі легко сполучаються з іншими програмними продуктами.

Нижче наводиться кілька прикладів автоматичних комп'ютерних процедур, котрі можна використовувати у будь-якому наборі або в комбінації один з одним.

Приклад 1. Традиційне компонування

Крок 1. Головний редактор складає план видання за допомогою Scoop New Planner на Mac або PC і направляє репортерів.

Крок 2. Репортер пише матеріал у програмі Scoop Edit (на Mac або PC), здійснює графічне форматування тексту, вводить фотоматеріали, підзаголовки, рубрики.

Крок 3. Дизайнер сторінки переводить матеріали, написані у системі Scoop в InDesign або Quark. При цьому весь матеріал переноситься на сторінку з палітри Place. Розміщені елементи висвітлюються на палітрі Scoop Articles.

Приклад 2. Робота за допомогою шаблонів

Крок 1. Редактор складає план видання в Scoop News Planner і направляє репортерів.

Крок 2. Репортер пише матеріал на базі шаблону в програмі InCopy (на Mac або PC), здійснює графічне форматування тексту, вводить у текст фотоматеріали, підзаголовки, і рубрики. Набір матеріалу здійснюється безпосередньо на сторінку.

Крок 3. Дизайнер сторінки вводить матеріал, написаний в InCopy. Він абсолютно точно вписується до сторінки, що вже складена в програмі InDesign (Mac або PC). При цьому всі елементи матеріалу переносяться на сторінку з палітри Place palette. Розміщені елементи висвітлюються на палітрі Scoop Articles.

Приклад 3. Прямий випуск матеріалу

Крок 1. Редактор складає план видання в Scoop News Planner і направляє репортерів. За необхідністю репортер може почати працювати з текстом у програмі Scoop Edit.

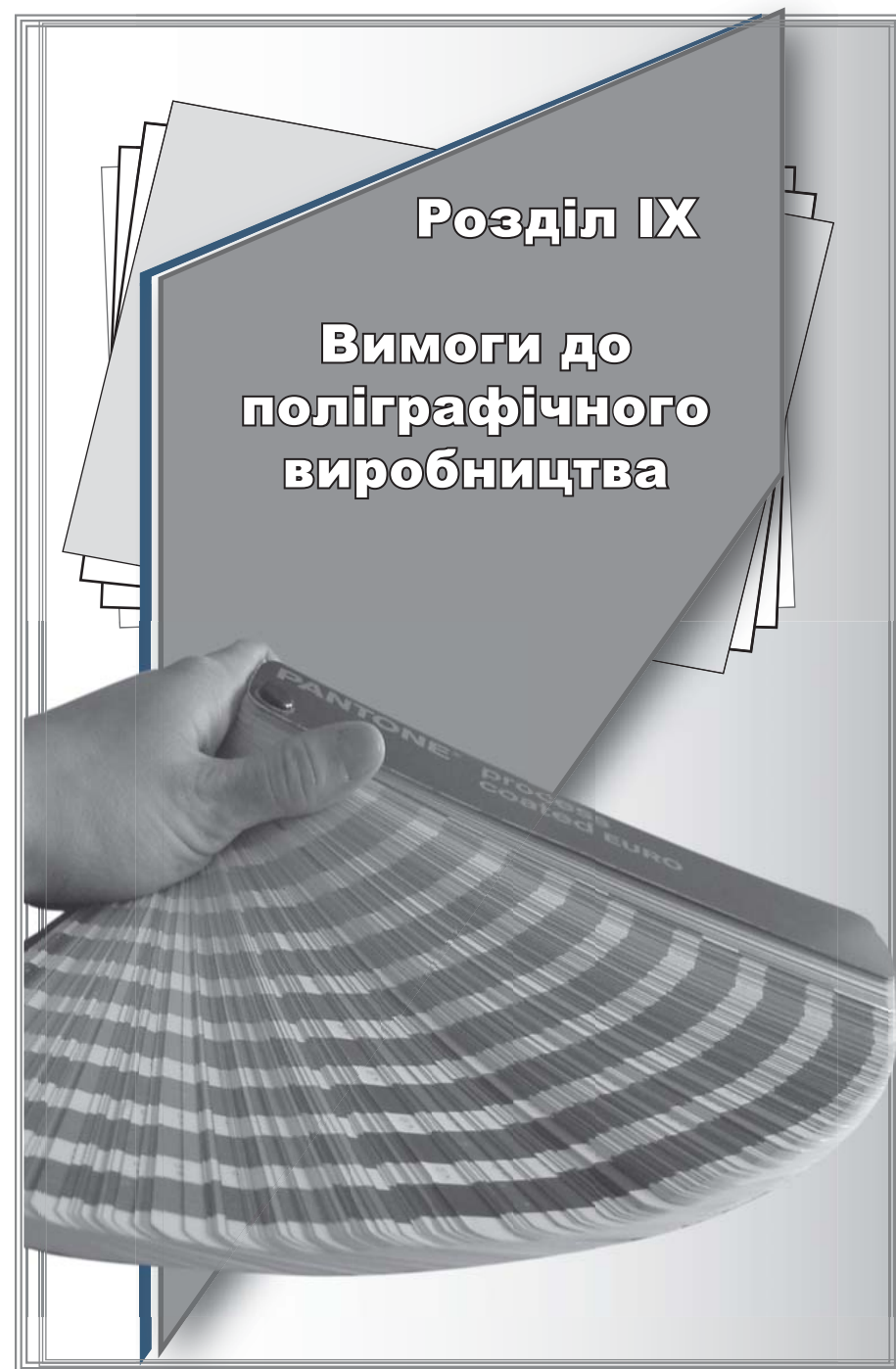
Крок 2. Редактор вибирає порожній блок сторінки, що готується, у програмі InDesign (на Mac або PC) і передає його репортерів. Репортер відкриває його в InCopy і закінчує роботу над матеріалом, уводячи його безпосередньо в один із сегментів на сторінці.

Крок 3. При закритті матеріалів вони відразу ж проглядаються редактором і вносяться необхідні зміни. Після цього матеріал готовий до публікації/випуску. Потім готове видання відправляється на поліграфічне підприємство (цей процес також може бути автоматизованим) або публікується в електронному вигляді.

Існує кілька способів електронних публікацій:

- можна вибрати окремі статті з Scoop Edit бази даних й експортувати їх як XML, включаючи всі зображення;
- можна вибрати окремі статті з готової шпальти газети/журналу й експортувати їх як XML, включаючи всі зображення;
- коли публікація готова, дається команда, і вона переноситься до Scoop ePaper – електронної версії газети/журналу.

Дану послідовність роботи можна розглядати як типову для редакційно-видавничих систем. Звичайно ж, кожен розробник або інтегратор систем намагається запропонувати замовникам свої додаткові процедури, що полегшують або підготовку видання до поліграфічного виконання, або публікацію в WEB, або враховують особливості даної редакції. Але право вибору певної РВС завжди залишається за видавцем.



9.1. СПОСОБИ ДРУКУ

Поліграфічна технологія знає кілька способів друку, тобто процесів, що відрізняються один від одного принципами формування кольорового зображення на друкарській формі і методом передачі фарби із друкарської форми на папір. Це, у свою чергу, викликає розходження в технології виготовлення друкарських форм, конструкції машин, вимагає використання різних друкарських матеріалів – фарби, паперу. Лише точно вибравши один із способів друку залежно від характеру книги (текстова вона чи ілюстрована, багато в ній ілюстрацій чи мало, штрихові вони чи напівтонові, великий її наклад чи малий тощо), видавець не помилиться у виборі друкарні, паперу, надасть привабливого поліграфічного оформлення книзі й не зазнає економічних втрат.

У поліграфічному виробництві найбільш значного поширення набули **три способи друку**: *високий, офсетний (плоский) і глибокий*. Вони розрізняються насамперед принципом поділу друкарських елементів (тобто елементів, що дають відбиток), друкарських форм й пробільних елементів (на відбитку їм відповідають незадруковані місця: просвіти між буквами, словами, рядками й т. д.).

Під час високого друку друкарські елементи форм рельєфні, їхні поверхні перебувають в одній площині. При цьому пробільні елементи друкарських форм поглиблені на величину, що залежить від площі пробілів (чим ця площа більша, тим пробіли мають бути глибшими). У процесі друкування розміщені в одній площині друкарські елементи покриваються рівномірним за товщиною шаром фарби. На поглиблені пробільні елементи фарба не потрапляє.

Зображення (текст й ілюстрації) переноситься із друкарських елементів форми на папір при контакті в результаті тиску, який утворюється у машині між друкарською формою і папером. У момент контакту друкарської форми з папером утворюється відбиток. Щоб зображення на відбитку було правильним, воно на формі високого друку має бути зворотним (дзеркальним).

Під час офсетного (плоского) друку друкарські й пробільні елементи знаходяться в одній площині. Завдяки тому, що всі вони надобувають у процесі виготовлення друкарської форми різних фізико-хімічних властивостей, пробільні елементи готової друкарської форми добре сприймають вологу й відштовхують офсетну фарбу, що містить жирні кислоти, а друкарські елементи форми – навпаки: сприймають офсетну фарбу й відштовхують воду.

У процесі друкування на офсетних друкарських машинах по друкованій формі, закріпленій по колу формного циліндра, спочатку

прокочуються зволожуючі валики, котрі залишають вологу на пробільних елементах, роблячи їх несприйнятливими до фарби, а потім за той же оберт циліндра по формі прокочуються фарбні валики, що наносять фарбу на друкарські елементи.

Під час друкування на сучасних офсетних машинах різних типів швидкість обертання друкарської форми складає від 100–150 до 450–550 об./хв. Із друкарської форми фарба передається на так званий офсетний циліндр, обтягнутий гумотканинною пластиною, а з нього переходить на папір. Таким чином, друкарська форма безпосередньо з папером не контактує. Тому зображення на ній має бути прямим, на офсетній гумотканинній пластині воно буде зворотним, а на папері – знову прямим.

Відсутність прямого контакту офсетної форми з відносно твердим друкарським папером дозволяє зменшити тиск при контакті форми з еластичною покриткою офсетного циліндра й тим домогтися підвищення зносостійкості форм і стабільної якості продукції.

Під час глибокого друку друкарські елементи на формі поглиблені на різний або однаковий розмір. Це окремі комірочки дуже малої площі, розділені між собою тонкими перегородками, що не дають відбитка на папері. У місцях, котрі відповідають білим ділянкам оригіналу, комірочки не поглиблені й перебувають на одному рівні з перегородками. Друкарська форма глибокого друку виготовляється на циліндрі.

У процесі друкування малов'язка (звичайно на основі толуолу або бензолу) фарба глибокого друку наноситься в надлишковій кількості на всю поверхню обертової друкарської форми. Потім під час того ж обертну форми спеціальним ножом-ракелем видаляється надлишок фарби. Фарба залишається тільки в поглиблених комірках друкуючих елементів форми, причому її товщина на відбитку відповідає глибині комірок і пропорційна кількості фарби в кожній із них.

Таким чином, для кожного з основних способів друку (високого, офсетного або глибокого) необхідно виготовити друкарську форму, відповідну саме цьому способу друку.

За останні десятиліття в поліграфічному виробництві досить поширився *фотонабір*. Фотоскладальні автомати різних систем служать для отримання діапозитивів тексту.

Зараз у виробництві переважно використовується комп'ютерний набір. Його використання принципово змінило традиційні уявлення про можливості набору, коректури, верстання.

Виведення набраного й зверстаного за допомогою комп'ютера тексту може здійснюватися як на папір, так і безпосередньо на прозору плівку, що відразу ж використовується як діапозитив. Із цих діапозитивів

або з діапозитивів, отриманих іншими способами, виготовляють текстові форми для офсетного друку або для високого друку із гнучких друкарських форм.

Використання комп'ютерних настільно-видавничих систем, за допо-могою яких можна верстати сторінку з необхідними шрифтовими виділеннями заголовків, ілюстраціями, оформлювальними елементами та ін., призвело до появи технології «комп'ютер – друкарська форма» (Computer to Plate). При використанні такого методу виведення зверстаних шпальт роблять не на папір або плівку, а відразу на друкарську форму.

Виключення з технологічного ланцюжка операції отримання діапозитивів на сріблоутримуючих плівках скорочує процес і робить його дешевшим. Технологія «комп'ютер – друкарська форма» дуже швидко розвивається. Особливо успішно її використовують у газетних друкарнях, де підготовка шпальт і виготовлення з них друкарських форм відбувається в одному місці й не розділені часом.

Стимулюючим чинником є досить висока вартість устаткування для цієї технології, що робить її раціональною тільки для виробництва великої кількості офсетних друкарських форм.

Щоб отримати кольорове зображення (як правило, з блакитною, пурпурною, жовтою, чорною фарбами), треба попередньо отримати комплект діапозитивів (рідше – негативів), що відповідають окремим фарбам кольорового синтезу – кольороподілені фотоформи. Потім для кожної фарби виготовляється своя друкарська форма. У процесі друкування на кожну форму наочується «своя» (блакитна, пурпурна, жовта або чорна) фарба, що в друкарській машині переноситься на папір. Разом узяті ці фарби й утворюють багатоколірний відбиток, який ще називають повнокольоровим зображенням.

Природно, що при кожному способі друку друкування проводиться зі спеціально підготовлених для цього способу друкарських форм. У свою чергу, ці друкарські форми виготовляють із діапозитивів (негативів), що враховують специфіку обраної технології друкування. В ідеалі ця специфіка має враховуватися й при замовленні та створенні видавничих оригіналів.

9.2. ЯКИЙ СПОСІБ ДРУКУ ВИБРАТИ

Технічний прогрес у поліграфічній технології й машинобудуванні, а також у суміжних галузях, особливо в електронній техніці, дозволив суттєво зблизити зображувальні можливості основних способів друку. Якщо чверть століття тому технолог-поліграфіст або професійний

видавець сказали б, що для відтворення виконаних олійною фарбою картин переважнішим є спосіб високого друку, а для акварелей – офсет, то сьогодні практично будь-яким способом можна видрукувати репродукцію високої якості, і навіть фахівцеві не завжди просто визначити, яким способом репродукція отримана. Але в реальних умовах доводиться враховувати не тільки теоретичні можливості, а й конкретні матеріали, устаткування, економічні показники тощо. В умовах розвитку ринкових відносин досить складно поєднати з поліграфічною технологією економічні аспекти.

Щоб видати текстову книгу, можна з однаковою економічною ефективністю використовувати способи високого й офсетного друку. Швидкість друкування тексту на так званих ротаційних машинах високого друку й на офсетних рулонних машинах приблизно однакова. Ці обидва типи друкарських машин мають «на вході» рулони паперу, а на «виході» – сфальцьовані (тобто складені в певному порядку), надруковані по обидва боки аркуші (зошити).

Використовувати такі машини доцільно при накладі приблизно в 25–30 тис. прим., тому що при невеликих накладках буде відчутною втрата паперу на технічні відходи. Якщо ж наклад видання невеликий, то використовують аркушеві друкарські машини, на яких друкують безпосередньо на окремих аркушах паперу.

При використанні машин високого друку час, необхідний для підготовки машини до друкування, є значно більшим, ніж під час друку на офсетних машинах. Тому й загальний час при випуску одного й того ж видання способом високого друку є більшим, ніж при використанні офсетної технології. Однак він прямо пов'язаний з організацією проходження замовлення й визначається керівництвом та виробничим відділом поліграфічного підприємства.

Сьогодні глибокий друк усе більше відходить у минуле. Це пояснюється багатьма чинниками: ускладнюється зміст книг, які видаються, підвищується якість і швидкість офсетного друку, знижується вартість видаткових матеріалів. І це ще не всі чинники на користь офсетного друку. Якщо видавничий оригінал містить значну кількість напівтонових зображень (наприклад, репродукцій чорно-білих фотографій), то при його відтворенні слід віддати перевагу офсетному друку. Під час випуску книги з багатоколірними ілюстраціями (малюнки, слайди, складні кольорові діаграми й т. ін.) вибір офсетної технології визначений тому, що тільки в такому разі готове видання виявиться оптимальним за якістю поліграфічного виконання й за економічними показниками.

Високий друк використовується для друкування неілюстрованих видань, у тому числі тих, що видаються великим накладом, деяких газет, бланків.

Зовсім невеликим є обсяг видань, що випускають способом глибокого друку. Це журнали, альбоми, де переважають репродукції чорно-білих і кольорових фотографій, оскільки якість відтворення оригіналів способом глибокого друку дуже добра. Глибокий друк становить близько 1 % загального обсягу видань. Цей скромний показник визначається дорожнечою виготовлення друкарських форм глибокого друку та необхідністю використання токсичних друкарських фарб на основі толуолу.

Для кожного з основних способів друку потрібний профільний папір. Наприклад, використання паперу для високого друку під час друкування на офсетних машинах не дозволить досягти високої якості поліграфічного виконання: інколи такий друк не тільки призведе до колосальних відходів, але й буде взагалі неможливим через слабку міцність поверхні паперу, що не витримує навіть мінімального зволоження, неминучого під час офсетного друку.

Незважаючи на великі успіхи електронного кольороподілу, які багато в чому визначають якість видань, способи друкування мають певні обмеження. Наприклад, так звана оптична густина, що визначає насиченість зображення, при офсетному друці звичайно не перевищує навіть на крейдяному папері 1,7–1,8 одиниць. Водночас під час використання глибокого друку оптична густина може досягати 2,5–3,0 одиниць, однак у світлих ділянках зображення передача градацій досить ускладнена. Тому на відтворення цим способом оригіналів, наприклад, виконаних аквареллю, накладаються певні обмеження.

Створення багатокольорових зображень способом високого друку менше нормалізоване, ніж в офсеті, і, крім того, пов'язане зі складністю й тривалістю процесу приладження. Тобто для відтворення кольорових оригіналів (дитячих книг, ілюстрацій, календарів і т. ін.) оптимальніше використовувати офсетний друк. Саме під час офсетного друку висока якість багатокольорової продукції поєднується з добрими економічними показниками.

9.3. КОЛЬОРОПРОБА

Кольороподіл

Кольороподіл будь-якого багатокольорового видавничого оригіналу найчастіше проводиться за допомогою комп'ютерних видавничих систем, або графічних редакторів, чи на спеціальних фотовивідних пристроях перед створенням фотоформ.

Кольороподіл – це переведення відцифрованих зображень у колірну модель СМΥК, тому що вихідні зображення звичайно подаються в колірних моделях RGB або LAB. В результаті при кольороподілі

отримують чотири діапозитиви, що відповідають виділюваним фарбам на всіх ділянках зображення, тобто на діапозитиві, котрий відповідає, наприклад, блакитній фарбі, непрозорі растрові елементи під впливом потоку світла, розділеного за допомогою спеціальної сітки – растра – на окремі дрібні промені, вийдуть на всіх ділянках, де є блакитні кольори в чистому вигляді (наприклад, блакитне небо) або у поєднанні з іншими кольорами, тобто зелений (блакитний + жовтий), синій (блакитний + + пурпурний) кольори тощо. Четвертий діапозитив – чорна фарба (контур).

Для того щоб зображення було правильно надруковане в тріадному процесі, його необхідно правильно поділити на канали. Зараз існують три технології кольороподілу.

Традиційна технологія кольороподілу з кістяковою градацією чорного кольору. При цій технології чорні кольори наносяться поверх трьох тріадних кольорів у найтемніших місцях. Її головна незручність пов'язана з тим, що максимальний рівень фарби на найтемніших ділянках відбитка досягає 400 % – тобто 100 % для кожного з кольорів. Під час друку це викликає необхідність ретельно просувати кожен аркуш паперу або використовувати протидмарочні порошки для запобігання відмарування або протікання фарби на сусідній паперовий аркуш. Для офсетного друку цей спосіб не підходить.

Технологія ICR – технологія мінімізації кольорових фарб за рахунок чорної або метод GCR (заміна сірої складової). У системі ICR відтінки створюються тільки трьома (або менше) фарбами, причому одна з них – завжди чорна. При такому способі кольороподілу максимальний рівень фарби не перевищує 300 %.

Технологія UCR – технологія віднімання з-під чорного кольору. Суть її полягає в заміні трьох кольорових фарб тріади, що є присутніми в одному елементі кольорового оригіналу, на еквівалентну кількість чорної фарби.

Під час друкування кольорових, особливо темних зображень, найбільші проблеми виникають у найтемніших місцях зображення, тому резонно зменшити кількість тріадних фарб (СМΥ) у тих місцях, де буде нанесена чорна фарба, скоротивши тим їхню сумарну кількість. Тому метод у перекладі з англійської отримав назву в технічній літературі «віднімання з-під чорного кольору». Під час його використання всі тони, що складаються з рівної кількості тріадних фарб, виявляються дуже чутливими до балансу по сірих кольорах, що дуже важко утримати під час друку. Тому технологія UCR при кольороподілі застосовується, головним чином, до темних кольорів, практично не впливаючи на інші відтінки.

На практиці переважно використовується технологія ICR, при цьому метод GCR має такі схеми:

None – при кольороподілі чорна фарба в зображенні використовуватиметься;

Light – чорна фарба буде присутня на ділянках зображення, де щільність «сірої компоненти» від 40 % і вище;

Medium – чорна фарба буде присутня на ділянках зображення, де щільність «сірої компоненти» від 20 % і вище;

Heavy – чорна фарба буде присутня на ділянках зображення, де щільність «сірої компоненти» від 10 % і вище;

Maximum – чорна фарба при кольороподілі генеруватиметься скрізь, де змішуються навіть мінімальні значення фарб СМУ, повністю заміщуючи їх.

Схему *Heavy* можна використовувати тільки на зображеннях, критичних до балансу сірого кольору й не критичних до тіней. Наприклад, застосовуючи цю схему, можна легко зіпсувати фотографію із зображенням людини.

Кольороподіл має здійснювати тільки грамотний фахівець, тому що застосування не тієї технології кольороподілу або методу, що не відповідає вихідному зображенню, може призвести до жалюгідних результатів. З іншого боку, правильний кольороподіл дає можливість компенсувати можливу помилку друкаря.

Незалежно від способу друку й конструкції машини кожна фарба подається з окремої друкарської форми. Одержання в процесі друкування однієї фарби на аркуші називається фарбопрогоном (фарбовідбитком). Тому аркуш із видруківаним у чотири фарби зображенням відповідає восьми фарбопрогонам.

Кольороподілені фотоформи для кожної фарби монтують на спеціальній прозорій основі таким чином, щоб домогтися їхнього повного поєднання. Монтаж кожної кольороподіленої фотоформи копіюють під спеціальним джерелом світла на покриту світлочутливим шаром формну пластину. Потім шляхом хімічної обробки перетворюють цю пластину на кольороподілену друкарську форму. На формах є друкуючі елементи, що відповідають тільки одній фарбі.

Слід зазначити, що технологія друкування (швидкість роботи обладнання, кількість використаних на друкарській машині фарб за один прогін, тип машини, характеристика друкарської форми, вид друкарського паперу, послідовність накладення фарб та ін.) значною мірою обумовлює вимоги до кольороподілу. Кольороподіл оригіналу дозволяє робити різні перетворення зображення в досить широких межах, тобто змінювати його градаційні характеристики таким чином,

щоб оптимально компенсувати систематичні спотворення, створені конкретною технологією друкування й матеріалами.

Кольороподіл не має бути абстрактним. Він має найповніше враховувати конкретну технологію друкування й систематичні спотворення зображення, що виникають у друкарському процесі.

Кваліфіковані поліграфічні підприємства, які випускають якісну продукцію, звичайно бажать отримувати від видавців оригінали у вигляді слайдів, фотографій, малюнків тощо, і потім самостійно виконувати кольороподіл з урахуванням добре вивчених особливостей прийнятої на цих підприємствах технології. Однак не завжди це раціонально для видавців з позицій економіки. Звичайно видавці воліють користуватися послугами спеціалізованих репроцентрів, де вартість кольороподілу може бути нижчою.

У такому разі дуже корисно заздалегідь знати, у якій друкарні друкуватиметься видання, і отримати від цього підприємства необхідні відомості про систематичні спотворення формного й друкарського процесів. Ці відомості дадуть можливість фахівцям репроцентра налаштувати кольороподільну апаратуру таким чином, щоб компенсувати систематичні спотворення й отримати найкращий результат при репродукуванні.

Без урахування систематичних спотворень технологічного процесу й специфічних особливостей, пов'язаних із впливом на кінцевий результат репродукування обраного для видання паперу, домогтися задовільного відтворення на поліграфічному відбитку зображення, яке можна побачити на моніторі, практично неможливо. При цьому найчастіше видавці й оператори кольороподільних систем вважають, що результати їхньої роботи були «загублені» у друкарні, а друкарня стверджує (іноді не без підстави), що «втягла» в реальному друкарському процесі отримані від замовника неякісні фотоформи.

Однак суть проблеми в тому, що зіставляються два зображення, отримані при різних способах синтезу кольорів. Складний чотирикольоровий (блакитна, пурпурна, жовта та чорна фарби) автотипний (растровий) синтез кольорів у поліграфічному процесі моделюється на екрані монітора адитивним синтезом трьох базових кольорів (червоного, зеленого, синього), які створюються світловими потоками. При цьому деякі колірні зони просто не збігаються одна з одною.

Тому природним є бажання видавця оцінити до друкування якість кольороподілу, зрозуміти, який вигляд матиме зображення на відбитку.

Із цією метою здійснюють кольоропробу, що є синтезом кольороподіленого зображення на матеріальному носії.

Кольоропроба й пробні відбитки

Кольоропроба – отримання контрольного кольорового зображення на матеріальному носії або на кольоровому екрані відеотерміналу. Розрізняють аналогову (растрову), напівтонову (цифрову) й екранну (відеопробу) кольоропроби.

Екранна кольоропроба – зображення, отримане в інтерактивному режимі на екрані відеотермінального пристрою. Дозволяє найбільш оперативно отримувати інформацію про якість оброблюваного зображення. Відеопроба призначена для контролю та візуальної оцінки кольірних, градаційних і геометричних характеристик зображення безпосередньо після сканування (попереднього або остаточного) чи в процесі його обробки до виготовлення фото- або друкарської форми.

Для отримання якісної відеопроби насамперед потрібно відкалібрувати монітор так, щоб зображення на екрані такий самий вигляд, як і на відбитку. Причини можливої невідповідності зображень у тому, що зіставляються два кольорових зображення, сформованих різними способами синтезу кольорів. На екрані монітора кольори отримують адитивним синтезом (RGB), а на відбитку – субтрактивним синтезом чотирьох друкарських фарб (СМУК). Крім усього цього, на кольори впливає ще ряд чинників друкарського процесу.

Оскільки існують декілька засобів отримання кольоропроби, кожен із яких по-різному передає кольори при створенні зображення, необхідно створити профіль для кожного пристрою. **Профіль пристрою** – це сукупність величин, характерних для конкретних технологічних процесів параметрів, що описують і повно характеризують даний пристрій. Якість відтворення кольорів оцінюють, використовуючи тестове зображення, а відхилення отриманих результатів від стандарту описується кольірним профілем. Такі профілі створюються для моніторів, сканерів, пристроїв виведення.

Крім цього, необхідно враховувати, що кольірне охоплення монітора залежить як від його власних характеристик, що піддаються програмно-апаратному контролю й керуванню, так і від зовнішнього освітлення, обумовленого умовами в приміщенні. Цей спосіб контролю кольорів не має високої надійності, але в більшості випадків виявляється достатнім для оперативного контролю кольорового зображення.

Цифрова кольоропроба – це зображення, отримане на матеріальному носії (папері) безпосередньо на базі інформації про зображення, що міститься в комп'ютері. Вона може бути отримана на різних етапах цифрової обробки текстової й образотворчої інформації.

Залежно від пристрою отримання кольоропроби, відбиток може мати поліграфічну растрову, безперервну або дискретну (але не поліграфічну

растрову, а піксельну) структуру. Кольоропробу можна отримати на тиражному або спеціальному папері.

Особлива увага приділяється якості й надійності кольоропроби в технологіях Computer-to-Plate й Computer-to-Press (де відсутня стадія отримання фотоформ), оскільки наявність помилок спричинить повторне виготовлення друкарських форм. Придатність принтера для використання його як пристрою для одержання кольоропроби визначається здатністю імітувати кольори й деталі напівтонового зображення адекватно відбитку офсетного друку. Ця здатність визначається трьома складовими: 1) достатністю просторового й кольорного дозволу, 2) кольірним охопленням барвників, 3) наявністю вмонтованої системи управління кольором, що забезпечує калібрування пристрою під реальний офсетний процес. Залежно від способу формування зображення, пристрої для виготовлення кольоропроби, тобто принтери, можна розділити на струминні, сублімаційні, лазерні, принтери з термопереносом і принтери на твердому чорнилі.

Розглянемо переваги й недоліки цих пристроїв з погляду їхнього використання для отримання кольоропроби.

Струминні принтери використовують чорнило на водній або водно-спиртовій основі. Необхідно також використовувати спеціальний папір для отримання якісних відбитків, з відповідною точністю передачі кольорів, різкістю, насиченістю. Що ж стосується водорозчинних фарб, з метою більшої стійкості відбитка, потрібне його додаткове ламінування. Крім цього, на якість зображення впливає розбризкування фарби при ударі об папір, що призводить до неякісної передачі штрихових елементів зображення й незначного зниження його чіткості.

Однак незаперечні переваги струминних принтерів – це відносно низька вартість відбитка при досить високій швидкості друку й можливості виконання чорнових робіт на звичайному папері.

Робота **принтерів з термопереносом** заснована на переносі барвника з лавсанової основи на папір при локальному нагріванні ділянки шару барвника. Ділянка плівки з барвником потрібних кольорів нагрівається саме в тих точках, що мають залишитися на папері, потім плівка перемотується для нанесення наступних кольорів. Для одержання кольорового зображення необхідні кілька проходів паперу для нанесення окремих фарб.

Недоліками є:

- ✓ низька роздільна здатність (300 dpi);
- ✓ обов'язковість використання спеціалізованого паперу;
- ✓ неекономна витрата плівки з барвником.

Зараз ці пристрої в основному не використовуються для отримання кольоропроби.

Сублімаційні принтери використовують технологію друку, при якій замість прямого накладення чорнила або фарб на папір застосовують лавсанові плівки з барвником, що випаровується під час нагрівання елементів друкарської голівки, а зображення формується за рахунок конденсації парів фарби в спеціальному покритті паперу. Кожен барвник певних кольорів займає своє місце на плівці розміром на повну сторінку. У процесі друкування за чотири проходи барвники з цієї плівки переносяться на папір. Температуру нагрівальних елементів голівки можна контролювати й регулювати, що забезпечує дуже точне дозування барвників різних кольорів. Кольори утворюються змішанням різної кількості основних барвників, тому за допомогою цього методу можна створити дуже велику кількість кольірних відтінків, незалежних від відносно обмеженої роздільної здатності принтера.

Крім того, кольорові відбитки мають дуже високу опірність до світлового опромінення й довгий час не втрачають своїх кольорів (не вицвітають). Однак, якщо акцент робиться на лінії, штрихи, растрові елементи й текст, роздільної здатності в 300 dpi недостатньо.

Переваги:

- ✓ дуже якісна тонопередача;
- ✓ малі габарити пристрою і його низька ціна, а також висока надійність роботи.

Недоліки:

- ✓ візуально помітне зниження чіткості зображення (за рахунок розсіювання барвника в процесі перенесення) у порівнянні з друком (на друкованому відбитку дрібні деталі будуть значно кращі, ніж на відбитках сублімаційних принтерів);
- ✓ висока вартість відбитка, що не залежить від площини друку;
- ✓ неекономна витрата плівок з барвниками;
- ✓ повна неможливість друку на звичайному папері.

Принтери на твердому чорнилі. Тверде чорнило, на якому працюють ці принтери, є матеріалом на основі твердих синтетичних восків з додаванням барвника. Брикети барвника в принтері розплавляють, і розплав подається до друкуючої голівки, яка являє собою ряд інжекторів, що переносять за допомогою електричного поля мікрокраплі барвника на плівку або папір. При зіткненні з папером краплі застигають, а оскільки в'язкість фарби в цей момент досить висока, то практично відсутня проблема її всмоктування й розбризкування.

Пігмент, який використовується для виготовлення твердого чорнила, близький до пігменту поліграфічних фарб, що полегшує калібрування принтера для друку.

Принтери на твердому чорнилі поки що не набули значного поширення як пристрої для виконання кольоропроби й в основному застосовуються для отримання коректурних відбитків шпальт.

Переваги:

- ✓ низька вартість відбитка при високій швидкості друку;
- ✓ висока чіткість зображення;
- ✓ якісна передача дрібних деталей, включаючи тонкі штрихи (до 50 мкм);
- ✓ можливість отримання якісного друку на звичайному папері;
- ✓ висока швидкість друку;
- ✓ тверде чорнило є водостійким.

Недолік:

- ✓ невисока роздільна здатність.

В основі роботи *лазерних принтерів* лежить принцип електрофотографії. Поверхня світлочутливого барабана заряджається електричним розрядом, потім під дією лазерного променя ділянки поверхні, що відповідають пробільним елементам, розряджаються, при цьому створюється приховане зображення, що далі проявляється тонером одного із кольорів СМУК. При послідовному накладенні фарб всіх чотирьох кольорів створюється кольорове напівтонове зображення, що переноситься на папір і закріплюється. Ці принтери мають високу швидкість друку. Крім того, вони можуть імітувати поліграфічну растрову структуру, але при цьому неможливо отримати растрову точку з різкими краями, тому що частина тонера обов'язково розсіюється під час нанесення й знижується різкість кінцевого зображення.

До недоліків можна віднести складність конструкції принтерів цього класу. Переважно ці принтери застосовуються для отримання коректурних відбитків шпальт і репродукованих оригінал-макетів тексту та одноколірних штрихових і растрових зображень.

Загальні переваги розглянутих вище систем цифрової проби полягають у їхній оперативності, зручності в роботі й порівняно низькій вартості виготовлення. А спосіб формування зображення, що принципово відрізняється від офсетного друку, визначає недоліки, головним з яких є неможливість повної імітації растра й, отже, неможливість контролю виникнення муару, а також неможливість використання більше чотирьох кольорів без серйозної переробки програмного й апаратного забезпечення.

Крім принтерів для отримання цифрової кольоропроби можна використовувати *лазерні вивідні експонувальні пристрої*, які застосовуються для виведення фотоформ і друкарських форм. Принцип формування зображення на цих пристроях такий: на першому етапі

на зовнішній поверхні барабана розміщується аркуш тонкої металевої фольги, поверх якого кріпиться лавсанова плівка з пігментом. Циліндр із фольгою й плівкою обертається, а лазер прорисовує ті ж растрові точки, які він експонував би на фотоплівці або формній пластині. Відмінність полягає у програмній імітації розтискування – все інше (роздільна здатність, лініатура, форма точки, кут повороту растра) ідентичне фотоформі або друкарській формі для відповідних кольорів. Під дією лазера пігмент розплавляється й переходить на металеву фольгу. Після запису першої фарби вже непотрібна лавсанова основа із залишками пігменту видаляється. На циліндр поверх фольги з першим шаром багатокольорового зображення кріпиться наступна плівка з пігментом, після чого процес повторюється. Далі, в ламінації відбувається термоперенесення чотирикolorного зображення з фольги на друкарський папір. У результаті перенесення утворюється зображення, ідентичне друкарському відбитку. Такі системи можуть використовувати загальний растровий процесор із системами отримання фотоформ або друкарських форм, за рахунок чого й кольоропроба, і фотоформа, і друкарська форма можуть виводитися з одного файлу. Крім того, вже існують лазерні вивідні експонувальні пристрої, призначені для отримання як друкарських форм, так і кольоропроб.

Недоліки цих пристроїв:

- ✓ складність конструкції, що тягне за собою високу вартість апаратів;
- ✓ висока вартість відбитка, обумовлена великою кількістю видаткових матеріалів;
- ✓ досить тривалий час для виготовлення проби.

Основне застосування проби з «імітацією» поліграфічного растра – вихідний контроль у додрукарському процесі під час використання технології CtP (комп'ютер – друкарська форма).

Аналогова кольоропроба – зображення кольоропроби, отримане із кольороподілених растрових фотоформ.

Послідовність проведення аналогової кольоропроби така:

- 1) нанесення на підкладку за допомогою ламінатора липкого шару;
- 2) експонування фотоформи на підкладку з ламінатом;
- 3) нанесення шару фарби на кожну з 4-х форм;
- 4) синтез кольорів.

Ідентичність кольоровідтворення зображення кольоропроби й тиражних відбитків забезпечується за рахунок використання пігментів (барвників), що мають колірні параметри, аналогічні тріадним фарбам, які використовуються під час друку; враховується збільшення розміру растрової точки, що відповідає розтискуванню під час друку (моделювання різного ступеня розтискування можливе за рахунок вибору різних комплектів світлочутливих матеріалів).

Багато систем аналогової кольоропроби дозволяють виготовити кольоропробу на тиражному папері. Якщо ж кольоропробу отримують на спеціальному папері-основі, то для максимального наближення до кінцевого результату друку є можливість використання основи різної білості, що відповідає тиражному паперу, котрий використовувався.

Існує кілька технологій виготовлення аналогової кольоропроби. Ці технології можна розділити за способом отримання зображення на дві групи. У першій групі при отриманні відбитка в системі сухої кольоропроби відсутнє використання хімічних розчинів: видалення пігменту із пробільних елементів здійснюється механічним способом. До другої групи відносяться системи мокрих кольоропроб, у яких пробільні елементи руйнуються хімічними розчинами й вимиваються.

Основним недоліком аналогової кольоропроби є висока собівартість відбитка. При цьому сам процес виготовлення кольоропроби є досить трудомістким, а якість кольоропроби залежить від кваліфікації оператора (оскільки суміщення проводиться найчастіше вручну).

За результатами кольоропроби можна судити про якість кольороподілу в цілому, тобто кольоропробу доцільно використовувати за необхідністю випуску видання в найкоротший строк, під час випуску ілюстрованих журналів, рекламної продукції, дитячих книг тощо. Щоб скласти найбільш точне уявлення про якість кольороподілу, доцільно отримати пробні відбитки з так званих оригінальних друкарських форм, на які копіюють кольороподілені діапозитиви.

Пробний друк – це друк пробних відбитків з використанням поліграфічного обладнання, матеріалів і процесів для одержання однокольорових і багатокольорових відбитків в умовах, максимально наближених до технології накладного друку.

Такі відбитки отримують за допомогою офсетних прободрукарських верстатів, що найчастіше являють собою плоский стіл-талер, на якому закріплюється офсетна друкарська форма із зображенням, якість якого потрібно оцінити за пробним відбитком. Звичайно формат пробних (оригінальних) форм менший, ніж «машинних», з яких друкують наклад видання.

На форму, закріплену на талері, накочується відповідна їй фарба, потім по ній прокочується офсетний циліндр, «забирає» фарбове зображення й передає його на папір, закріплений на іншому талері. Таким чином, змінюючи форми й накочуючи відповідні їм друковані фарби, отримуємо поєднане зображення – пробний відбиток.

У комплект пробних відбитків крім поєднуваного зображення входять так звані шкальні відбитки, отримані первинними фарбами

(блакитною, пурпурною, жовтою, чорною) з кожної відповідної форми, а також так звані бінарні накладення: попарне (наприклад, блакитна + пурпурна, жовта + чорна та ін.) поєднання фарб.

Пробні відбитки дозволяють оцінити правильність обраних при кольороподілі оригіналу режимів. При будь-яких недоліках, що призводять до необхідності коректури зображення або його окремих ділянок на фотоформі, безпосередньо на пробному відбитку роблять відповідні позначки. Далі з фотоформою працюють оператор кольороподілу або препрес-інженер.

Видавець затверджує пробний відбиток до друку. Такий пробний відбиток є еталоном у момент приладження офсетної друкарської машини. Таким чином, пробний відбиток поєднує додрукарські стадії із друкуванням накладу. Тому надто важливо, щоб пробні відбитки реально відповідали тій якості, що може бути отримана в процесі друкування накладу. Це не просто: проба виготовляється там же, де й кольороподіл, і організації (або фахівцеві), що виконує кольороподіл, хочеться якнайкраще подати його результат у пробі. Щоб штучно «поліпшити» результат не оптимального кольороподілу, при отриманні пробного відбитка можна змінити баланс кольорів, збільшуючи подачу однієї фарби й зменшуючи іншої. Такі штучно «скоректовані» пробні відбитки можуть візуально сприйматися нормально, відповідно до вимог видавця. Однак часто домогтися такого ж ефекту під час друкування накладу в офсетній машині практично неможливо.

Щоб перешкодити штучному порушенню балансу фарб, технологічні інструкції, які регламентують процеси офсетного друку, пропонують по краю аркуша вздовж утворюючого циліндра прободрукарського офсетного верстата встановлювати суцільні смуги шириною до 100 мм всіх фарб тріади (блакитна, жовта, пурпурна) і чорної. Навіть без усіляких приладів по цих смугах при огляді пробного відбитка можна простежити, чи рівномірно подавалася кожна фарба на відбиток: частинам зображення на відбитку, отриманим зі збільшеною подачею будь-якої фарби, відповідатимуть більш щільні ділянки суцільної шкали даної фарби. Зі зменшенням подачі фарби – навпаки: щільність ділянки шкали зменшиться. Крім цього, на пробні відбитки друкарні необхідно встановлювати спеціальні шкали оперативного контролю офсетного друкарського процесу (ОКП). Для візуальної оцінки форми й пробних відбитків можна також використовувати шкали СПШ-К або РШ-Ф і шкали FOGRA-PMS, FOGRA Precision Measuring Strip або Gretag CMS-3 Color Control Strips для інструментального контролю. Фахівець за допомогою цих шкал може оцінити якість відбитка, точність суміщення, передачу напівтонів та інші показники друкарського процесу.

Доцільно також, якщо ви не маєте достатнього досвіду, скористатися послугами фахівця, що добре знає репродукування кольорових зображень та можливості кольороподілу й друку, здатний оцінити пробний відбиток і правильно позначити необхідну кольорову коректуру.

Про обов'язковість включення у монтаж пробного відбитка шкал і суцільних смуг кольорів, необхідних для досягнення високої якості проби, слід домовитися спеціально при укладанні договору із друкарнею, хоча поліграфічні підприємства з високим рівнем технологічної культури, як правило, ставлять контрольні шкали під час друкування пробних відбитків.

На пробних відбитках потрібно добре оцінити кожен сюжет. Підписати до друку можна тільки ті з них, котрі відповідають вимогам видавця. При цьому слід пам'ятати, що якісні відбитки не можуть бути отримані при низькій якості вихідних слайдів. Вимоги до видавничих оригіналів викладені в розділі 5.

Для отримання пробних відбитків необхідні, крім комплексу діапозитивів, їхнього монтажу, друкарські форми для кожної фарби й, нарешті, друк на прободрукарському верстаті. Все це вимагає чималих витрат, які доцільні, головним чином, при випуску високомистецької поліграфічної продукції.

Під час випуску видань високої якості необхідно отримати більшу відповідність пробного й накладового відбитків. Тому пробний відбиток виконують обов'язково на тому же папері, на якому має бути надрукований наклад видання, і при послідовності накладення фарб, що відповідає друку на офсетних машинах.

Оцінка якості пробного відбитка і його відповідності слайду буде точнішою, якщо їх переглядати в нормалізованих умовах, що не залежать від освітлення у видавництві, виробничому відділі друкарні або в цеху. Стандартні умови перегляду забезпечують так звані переглядові пристрої. Видавництво, у книгах якого постійно є кольорові ілюстрації, має подбати, щоб фахівець, котрий оцінює слайди й пробні відбитки, міг користуватися переглядовим пристроєм. Це дозволить уникнути суб'єктивних реакцій на зміну умов освітлення.

Для забезпечення високої якості накладу недостатньо виконати всі вимоги щодо одержання пробних відбитків – багато що залежить від конкретної технології друкування й роботи друкарського обладнання, і тому всі ці деталі необхідно враховувати при підготовці до друку накладу.

Цей вид проби дає результати, найближчі до накладового відбитка, оскільки друк виконується фарбами, які використовуються у друкарському процесі. При виготовленні пробних відбитків на накладових друкарських машинах можна відтворити навіть індивідуальні

особливості друкарської машини. Цей вид кольоропроби характеризується високою трудомісткістю й вартістю відбитка, а також низькою оперативністю, тому віддають перевагу іншим способам виготовлення кольоропроби.

Підводячи підсумки можна відповісти на запитання: навіщо потрібна кольоропроба й пробний друк? Кольоропроба як модель майбутнього відбитка необхідна:

- ✓ операторові електронної репродукційної або комп'ютерної видавничої системи для оптимізації режиму вводу зображення і його подальших перетворень;
- ✓ художникові видавництва для адекватної оцінки колірної рішення зображення, яке він створює, на відповідність кінцевому результату;
- ✓ для об'єктивного регулювання договірних відносин видавництва, репроцентру й поліграфічного підприємства (кольоропроба може служити документом, який підписує замовник і виконавець);
- ✓ для ефективного контролю найважливіших показників якості зображень на різних стадіях підготовки ілюстрацій видання до друку;
- ✓ друкареві, як еталонне зображення під час друкування накладу.

9.4. МАШИНИ ВИСОКОГО ДРУКУ

Машины високого друку – тигельні – мають звичайно формат паперу 30 × 42 см і призначаються для друкування малонакладової й малоформатної продукції – бланків, запрошень, візиток, обкладинок для книг тощо. Вони бувають із ручною подачею паперу (тоді їхня продуктивність не перевищує 1200 від./год.) і з автоматичною подачею – 2000 від./год. У невеликих друкарнях дотепер експлуатуються плоско-друкарські машини. В них друкарська форма розміщується на плоскому талері (столі), а папір притискається до неї друкованим циліндром. Працюють вони зі швидкістю до 4,0–4,5 тис. від./год. при форматах паперу 70 × 90 й 84 × 108 см. На таких машинах можна друкувати найрізноманітніші текстові й ілюстровані видання, у тому числі – багатоколірні. Однак трудомісткість підготовки таких машин до друку, процес кольороподілу й виготовлення друкарських форм, час друкування накладу за всіма показниками поступаються офсетній технології. Тому друк багатоколірної продукції на плоскодрукарських машинах використовується дуже рідко.

Для друкування книг, журналів (чорно-білих) і газет ще використовуються ротаційні машини високого друку. В них папір проходить між двома циліндрами – формним і друкарським, а друкарською формою є звичайно стереотипи, вигнуті по діаметру формного циліндра або гнучкі фотополімерні форми.

Ротаційні машини бувають аркушевими й рулонними. У перших задруковуються окремі аркуші, у других – паперова стрічка з рулону, що розмотується, шириною в 60, 84, 90 і навіть 168 см при випуску газет великими накладами.

При кожному оберті друкарського циліндра задрукований шматок паперового полотна, що відповідає по довжині діаметру циліндра, відрубється спеціальними ножами. Його розмір постійний для кожної конструкції друкарської машини. Тому формати видання мають відповідати форматам, які можуть бути отримані на конкретній ротаційній друкарській машині.

Залежно від цільового призначення, а також від конструкції швидкості ротаційних машин високого друку складають від 10 до 40 тис. від./год.

9.5. ТЕХНОЛОГІЯ Й УСТАТКУВАННЯ ОФСЕТНОГО ДРУКУ

Основною перевагою способу офсетного друку, як уже зазначалося, є простота й економічність відтворення кольорів. Це не означає, що офсет слід використовувати тільки для кольорових робіт. Простота й висока швидкість підготовчо-заклучних операцій, більш висока продуктивність офсетних друкарських машин найрізноманітніших форматів у порівнянні з машинами високого друку – все це дозволяє з успіхом використовувати офсет для будь-якого виду видання й будь-яких накладів. І все-таки основна перевага офсетного друку – у відтворенні кольорових зображень.

Контроль видавництва за друкуванням накладу

Комплект пробних відбитків (первинні кольори, бінарні накладення й об'єднання відбитків всіх чотирьох фарб, затверджений до друку, передається безпосередньо в друкарський цех, де відбувається так зване приладження кожної роботи, точніше – кожного друкарського аркуша (спуску). У процесі приладження майстер або інша посадова особа перевіряє точність суміщення фарб під час друкування багатоколірної продукції, точність передачі кольорів і градацій зображення, а також правильність спуску окремих шпальт і розміщення позначок, необхідних для обробки видрукованої продукції в брошурувально-палітурних цехах.

Якщо всі вимоги до якості відбитка виконані й отриманий на друкарській машині відбиток максимально точно відтворює пробу (або дуже близький до кольоропроби), майстер підписує аркуш, що є еталоном, параметри якого друкар повинен підтримувати протягом друкування всього накладу. І все-таки еталонний аркуш, хоча й не дуже,

відрізняється від затвердженої проби, навіть якщо вони дуже близькі за якістю передачі зображення. Ця відмінність пояснюється об'єктивними причинами: при отриманні проби циліндр прокочується з малою швидкістю по площині, а в процесі друку на офсетних машинах циліндр контактує з іншим циліндром, причому їхнє обкатування здійснюється на більших швидкостях. Ширина смуги контакту друкарської пари й час контакту в цих двох випадках різні, що звичайно позначається і на якості машинного відбитка.

Існує й психологічна різниця в самому підході до отримання пробного й накладового відбитків. Під час проведення проби препрес-інженер уважно оцінює кожен відбиток, кожен аркуш, домагаючись найбільшої відповідності з оригіналом, щоб у нього прийняли роботу без зауважень. Друкар у процесі накладового друку часто, на жаль, у першу чергу зацікавлений у кількості надрукованої продукції й тільки потім – у її якості. Та й контролювати продукцію, здійснюючи коректування процесу друкування при швидкості роботи, наприклад, рулонних офсетних машин 30–40 тис. від./год, дуже складно.

Під час друкування накладу на офсетних друкарських машинах рекомендується для оперативного контролю встановлювати в обрізному полі паралельно утворюючому циліндру (тобто перпендикулярно напрямку руху аркуша або паперової стрічки в друкарській машині) шкали ОКП-2 (під час друку тріадними фарбами) і ОКП-3 (під час чорно-білого друку або друку понтонними фарбами – дуплекс й ін.). Іноді виробничий відділ друкарні може наполягати на збільшенні норми витрати аркушевого паперу при розміщенні контрольних шкал. Це не дуже суттєво: витрата зростає лише на ширину шкали (5 мм на аркуш), зате можна оперативно, під час технологічного процесу друкування, аналізувати якість відбитків і не тільки підтримувати стабільний рівень якості, а й уникати браку. На кращих вітчизняних і зарубіжних підприємствах контроль якості за тест-елементами шкал є обов'язковим. Контроль може бути не тільки візуальним, а й інструментальним. При цьому використовуються прилади для визначення оптичної густини відбиття відбитків – денситометри. Вони дозволяють домогтися високої ідентичності відбитків протягом друкування всього накладу. Можна також використовувати спектрофотометри, які допомагають оцінювати чисельні характеристики отриманих кольорів.

Технологічні інструкції для процесів друкування на офсетних машинах, розроблені УНДПП ім. Т. Шевченка, регламентують ряд моментів приладження й друкування накладу, щоб не допустити зниження якості продукції. Так, необхідно підписувати еталонний аркуш під час друкування на аркушевих офсетних машинах після перших

300–500 відбитків. За необхідністю вирівнюють фарбу по кольоровому полю аркуша відповідно до пробних відбитків спочатку на макулатурних аркушах і тільки домігшись близького до проби результату, пускають у друк чистий папір для накладу. Це правило в погоні за «валом» нерідко порушується: аркуш підписують через кілька тисяч відбитків, іноді тільки наприкінці зміни, а всі відбитки, що відрізняються від проби, однаково йдуть у наклад, знижуючи якість продукції.

При значних накладках, коли друк одного спуску (аркуша) триває кілька змін, необхідно кожної зміни заново підписувати еталонний аркуш, щоб розбіжність із пробою і першим еталонним аркушем не була значною. Хоча на практиці робиться це надзвичайно рідко, тому що вимагає від майстра, начальника цеху додаткових витрат часу.

Офсетні друкарські машини

Так звані типорозміри офсетних друкарських машин, тобто їхні конструктивні особливості й формат друку, мають багато варіантів. Але всі вони зберігають основну характерну рису офсетного друку: за офсетною друкарською формою за один оберт проходять зволожуючі й фарбові валики. Все інше – схема побудови, друк з аркушів або з рулону паперу, формати, швидкості роботи – може варіюватися у широкому діапазоні.

Аркушеві офсетні машини мають «жорстку» конструкцію, розвинений фарбний апарат і призначаються для випуску продукції в аркушах, причому найвищої якості.

Марка й конструкція друкарської машини ще не гарантують високої якості продукції. Дуже важливо, як налагоджена друкарська машина, яку точність суміщення фарб (приводки) вона забезпечує (для високоякісної продукції припустиме відхилення – не більше 0,1 мм), яке розтискування зображення в різних секціях. Тому всі зусилля видавця, який підготував цікаві оригінали, домігся прекрасних результатів кольороподілу в репродцентрі й отримав відмінний макет для подання у друкарню, можуть бути зведені нанівець через погане налагодження або зношення офсетних друкарських машин, і високої якості друку досягти не вдасться.

Швидкість роботи сучасних аркушевих офсетних друкарських машин в середньому складає 12–15 тис. обертів за годину. Це повинен знати видавець, визначаючи разом із друкарнею строки виготовлення книги.

Кольоровість офсетних друкарських машин пов'язана з кількістю технічних відходів паперу в брак при приладці нової роботи, що дуже важливо для видавця. Кількість відходів паперу планується відповідно до існуючих норм виробничими відділами поліграфічних підприємств

і враховується при розрахунку кількості паперу, необхідного для випуску замовлення. При високих вартостях паперу рекомендується уважно перевірити розрахунки технологічних відходів, вартість яких може скласти понад 10 % вартості паперу для друкування накладу видання.

Якщо книга випускається середнім або великим накладом, найбільш доцільно використовувати рулонні офсетні друкарські машини, які працюють на високих швидкостях і випускають надруковані із двох боків сфальцьовані зошити. Ця рекомендація в першу чергу відноситься до чорно-білої книжкової продукції.

Основні відмінності рулонних офсетних машин від аркушевих – у твердості форматних умов. На аркушевій офсетній машині формату, наприклад, 90×120 см можна друкувати продукцію форматів 84×108 , 70×100 , 84×54 см і т.д. Інша справа, що не повністю використовуватимуться можливі робочі площі, але зате можна друкувати видання у форматі, визначеному видавцем відповідно до задуму дизайнера.

У рулонних машинах, як і в ротаційних машинах високого друку, при кожному оберті циліндрів друкарської секції відрубуються шматок задрукованого паперового полотна, довжина якого дорівнює колу циліндра. Тому розмір рубання жорстко визначає формат. По ширині полотна можна трохи варіювати форматами, встановлюючи рулони паперу відповідних розмірів. Наприклад, 75 і 70 см при рубанні 100 см або 90 і 84 см при рубанні 54 см і т.д.

Крім обмежень за форматом використання рулонних офсетних машин накладаються обмеження й за масою використовуваного паперу. Звичайно на рулонних офсетних машинах друкують на папері масою $70\text{--}75$ г/м², причому доводиться знижувати робочу швидкість й обмежувати кількість згинів на фальцапараті.

9.6. ГЛИБОКИЙ ДРУК

Глибокий друк відрізняє необхідність використання малов'язких фарб на легколетючих розчинниках (толуол, бензол). Це відразу ж обмежує сферу його використання. Наприклад, друкувати цим способом книги для дітей або підручники не можна. Водночас відбитки глибокого друку в порівнянні з іншими більш насичені та яскраві. Колірне охоплення при репродукуванні багатокольорових напівтонових образотворчих оригіналів більше, ніж при інших способах друку.

Машини глибокого друку, особливо рулонні, працюють зі швидкістю, що доходить до 14 м/с, при ширині рулонів паперу, що інколи перевищує 2 м. Сьогодні це одне із найсерйозніших досягнень світової поліграфії. І все-таки глибокий друк не набув помітного розвитку в нашій країні.

Основною причиною цього стала не тільки достатньо висока токсичність, але й значно більша в порівнянні зі способом офсетного друку вартість виготовлення друкарських форм, труднощі стабілізації й контролю якості цих форм. Тому використовується глибокий друк обмежено – в основному для випуску кольорових багатонакладових журналів.

Технологія друкування накладу на машинах глибокого друку вимагає безперервної уваги. Від зміни вологості й температури повітря в цеху може відбутися деформація паперу, що призводить до втрати точності приводки (суміщення) кольорових фарб. Пари легко летючого розчинника (толуолу) можуть викликати зміну інтенсивності фарби. Під дією ножа-ракеля може деформуватися друкарська форма й пошкодитися саме лезо ракеля. Все це призводить до зміни насиченості відбитків, появи «комет» – барвистих смужок від пошкодженого леза ракеля – та інших дефектів.

Для випуску книг глибокий друк використовується в незначних обсягах. Це пояснюється насамперед тим, що растрівання всієї поверхні друкарської форми, яке розбиває її на сітку, що служить опорою для ракеля, знижує зручність читання шрифту, особливо світлого накреслення або з тонкими зарубками. Іноді цим способом друкують тільки вклейки й накідки для книг, наприклад, по фото- і кіномистецтву.

9.7. СПЕЦІАЛЬНІ ВИДИ ДРУКУ, ЦИФРОВИЙ ДРУК

Трафаретний друк заснований на продавлюванні фарби через друкуючі елементи форми. Друкарську форму отримують на сітці-основі при «закриванні» різними способами ділянок пробільних елементів, а незакриті комірки сітки-основи виконують роль друкарських елементів. При цьому фарба для друкування продавлюється через комірки сітки за допомогою ракеля.

Трафаретний друк дозволяє отримати на відбитку кольорові шари товщиною до 100 мкм, що призводить до ефекту, який перевищує будь-які можливості основних способів друку.

Власне процес трафаретного друку проводиться на обладнанні широкої номенклатури – від ручних верстатів, у тому числі саморобних, до автоматизованих ліній. У видавничій справі трафаретний друк використовують для друкування на палітурних кришках і для виробництва рекламних видань. Накладостійкість форм трафаретного друку, як правило, не перевищує 5–7 тис. відбитків. Тому для значних накладів необхідно виготовляти кілька форм. Зате під час трафаретного друку можна отримати на палітурних кришках, що виготовляють із різних матеріалів, яскраве стійке зображення, не обмежуючи художника в його рішеннях.

Трафаретний друк рекламної продукції через велику товщину барвистого шару створює ефект рельєфності. Досягти його якимось іншим способом не вдається. Тому трафаретний друк залишається перспективним для випуску рекламної продукції.

Досить доречно використовувати трафаретний друк для вибіркового лакування окремих елементів зображення. Це створює надзвичайний ефект, особливо якщо зображення надруковане на матовому крейдяному папері високої білості. Для вибіркового лакування готується форма трафаретного друку, на якій друкарські елементи відповідають тим місцям зображення, котрі мають бути полаковані.

Друкування лаком через форму трафаретного друку дає можливість отримати товстий шар лаку, що створює значно сильніший ефект вибіркового лакування, ніж при офсетному друці.

Зараз багато поліграфічних підприємств купують *ризографи* для оперативного випуску невеликих накладів продукції. Ризографія – це різновид трафаретного друку, коли форма підготовляється за допомогою спеціального лазерного пристрою, що пропалює отвори в місцях друкарських елементів. Потім через цю форму, що знаходиться на циліндрі ризографа, фарба зсередини продавлюється на папір.

Читаючи найзвичайнішу рекламу із приводу ризографії, необхідно пам'ятати, що вона призначена для швидкого виготовлення обмежених накладів бланково-реklamної продукції, але не може бути використана, наприклад, для випуску книг.

До спеціальних видів друку слід віднести й *термографію*. При цій технології на свіжий відбиток офсетного друку наносять спеціальний порошок, що закріплюється на не повністю висохлих друкарських елементах. При наступному нагріванні цей порошок спучується, утворюючи рельєф. Термографія все ширше використовується для виробництва візитних карток, рекламних проспектів зі штриховими зображеннями й іншої подібної акцидентної продукції.

Для друкування на невбираючих матеріалах (пластикових пакетах), на картонних коробках, у тому числі гофрокартоні, використовують флексографський друк – різновид високого друку, при якому використовуються гумові або фотополімерні форми й водоспиртовий розчин барвників.

Технологія флексографського друку в цей час зазнає значного підйому. Технологічні інновації дозволили їй інтенсивно розвиватися протягом останніх 20 років, розширюються сфери її застосування й можливості.

Флексографія – це різновид високого друку, що використовує еластичні фотополімерні друкарські форми й низьков'язку фарбу. Флексографські

машини спочатку розроблялися для друку на пакувальних матеріалах і практично вони не мають обмежень за типом матеріалу для друку, що є значною перевагою в умовах мінливої кон'юнктури ринку. Можливе використання паперу, будь-якого виду картону, включаючи й гофрокартон, самоклеючих матеріалів, металевої фольги, пліткових полімерних матеріалів будь-якого типу й товщини. Крім того, можливий друк на нестандартних матеріалах із грубою фактурою, таких, як, наприклад, тканина. Офсетні машини, що використовують плоскі металеві форми, можуть переносити фарбу тільки на гладкий папір.

Флексографські фотополімерні форми мають цілий ряд переваг у порівнянні з формами, використовуваними в інших способах друку. Вони поєднують у собі простоту виготовлення з високою накладостійкістю, які властиві формам високого й глибокого друку. Накладостійкість фотополімерної форми перевищує накладостійкість звичайної монометалічної офсетної форми на порядок і складає від 1 до 5 мільйонів відбитків.

Особливістю флексографського друку є можливість установки форм на формних циліндрах різної окружності, що дозволяє оптимізувати використання матеріалів, у той час як фіксовані розміри офсетних форм часто призводять до підвищення відсотка відходів. Ще однією перевагою технології флексографського друку є досить низька вартість обладнання, що пов'язане зі спрощеною будовою фарбового апарата. Використання рідких фарб, в'язкість яких близька до в'язкості води, дає можливість відмовитися від складної системи з 10–20 розкатувальних валиків, що використовуються для отримання тонкого кольорового шару в офсетних машинах. Флексографський фарбовий апарат складається всього з 3-х валиків. Друкарські й пробільні елементи на формі рознесені фізично по висоті. Це призводить до того, що відпадає потреба зонального регулювання фарби, і, крім того, немає потреби в апараті зволоження. Все це дуже здешевлює конструкцію машини й робить процес наладження простим і швидким.

Крім відносної простоти будови друкарського апарата, можливість застосування для друку на картоні швидко висихаючих, екологічно чистих водних фарб робить флексографію незамінною в харчовій промисловості. А невеликий час для закріплення флексографських фарб дозволяє об'єднати друкарське й оздоблювальне обладнання в автоматизовану лінію. Тому флексографські друкарські машини виявляються значно економічнішими за інші друкарські машини з роздільним технологічним процесом.

Водночас флексографія дозволяє використовувати більш грубі растри, ніж офсет або глибокий друк (звичайно лініатура не перевищує

150 lpi) і за якістю друку поступається останнім. Проблеми виникають через велике значення розтискування растрової точки. Якщо тверді форми для офсетного або глибокого друку можуть передавати однопроцентну точку, то для флексографії – це двопроцентні точки, які через розтискування перетворюються в трипроцентні. Це призводить до втрати градацій у світлих місцях і тінях. Ще одна галузь, у якій можуть виникнути проблеми, – це приводка кольорів. Тут припустимі відхилення набагато ширші, ніж в офсетному друці, що пов'язано, головним чином, із гнучкістю носіїв. Значення трепінга у виняткових ситуаціях можуть досягати 1,5 мм, хоча у звичайних умовах рівняються 15 мікронам, що вдвічі більше, ніж для офсету. Для отримання якісних відбитків ці обмеження флексографського друку необхідно врахувати на етапі дизайну, що ускладнює процес підготовки макета в порівнянні з іншими способами друку.

Найбільш значущими чинниками, що стримують розвиток флексографії, є відсутність єдиних стандартів на склад фарб і параметри виробничого процесу недостача фахівців. Але з часом ці недоліки поступово зникають.

Для друкування на неплоских поверхнях (ручках, запальничках, ампулах і т. ін.) використовується *тамподрук*, коли фарбу із зображення на офсетній друкарській формі «забирає» еластичний тампон грушоподібної форми й передає її на неплоску поверхню будь-якого невбираючого матеріалу (пластмаса, скло й т. ін.).

Цифровий друк – це сукупність технологій, об'єднаних однією загальною ознакою – поданням інформації в цифровому вигляді аж до моменту її відтворення на матеріалі, який задруковується. У цифрових друкарських машинах відсутня властива традиційним способам друку фізична друкарська форма. Її еквівалентом є цифрова форма, тобто цифровий код, що описує інформацію, призначену для друку.

Переваги цифрового друку визначаються відсутністю фізичної друкарської форми. Віртуальна форма дозволяє робити з даними різні перетворення, складність яких обмежується тільки ресурсами програмно-апаратного забезпечення. Друк змінних даних є найбільш суттєво перевагою цифрового друку перед традиційними технологіями, тому що можливість його реалізації не обмежена ні особливостями технологічного процесу, ні рівнем організації виробництва, ні іншими чинниками.

Відсутність фізичної форми виключає характерні для традиційної технології стадії виготовлення фотоформ, кольоропроби й виробництва друкарських форм, завдяки чому значно підвищується оперативність випуску друкованої продукції.

Технологічні можливості сучасних цифрових друкарських машин (ЦДМ) мають обмеження за якістю, асортиментом тонерів, набором матеріалів, що задруковують, швидкістю друку.

Роздільна здатність друкуючих механізмів сучасних ЦДМ не перевищує 812 dpi, однак за рахунок використання спеціальних технологій її вдається підвищити в кілька разів. Таким чином, при відтворенні 256 градацій растрової точки вдається домогтися максимальної лініатури друку близько 170 lpi, що відповідає аркушевому офсету середньої якості. Для друку робіт з підвищеними вимогами до якості можливостей цифрового друку поки недостатньо.

Вартість відбитків, отриманих за допомогою цифрового друку, залишається досить високою, що обумовлене значною ціною друкарського обладнання й видаткових матеріалів, насамперед тонерів. Матеріали, що задруковують, сертифіковані для використання в ЦДМ, як правило, також дорожчі призначених для традиційних способів друку. Внаслідок цього цифрова технологія використовується в основному для друку пробних і термінових накладів й так званої оперативної поліграфії.

9.8. ВИМОГИ ДО ЯКОСТІ ПОЛІГРАФІЧНОГО ВИКОНАННЯ

Судити про якість недостатньо за принципом «подобається – не подобається», оцінювати якість слід за нормативно-технічними правилами, виконання яких обов'язкове для поліграфічних підприємств. Контроль якості відбитків, як і будь-який контроль у процесі виробництва книги, спрямований на те, щоб попередити брак або не дозволити знизити якість продукції. Коли книга вже готова й здається замовникові, звичайно можна тільки констатувати, що рівень її поліграфічного виконання не відповідає очікуванням. Щоб уникнути цієї ситуації, у видавничій справі практикують перевірку «чистих аркушів». Це надруковані на машині перші аркуші, які у видавництві читають, щоб упевнитися, чи врахувала друкарня внесені під час підписання до друку виправлення й чи не допустила яких-небудь недоліків. Якщо чисті аркуші перевіряють відразу, то можна встигнути внести необхідні зміни в аркуші, що друкуються, або вчасно підготувати список помилок для друку на останньому аркуші книги чи на спеціальній вклейці.

Коли наклад книги повністю надрукований, поліграфічне підприємство надає видавцеві декілька «сигнальних» примірників книги, які можуть відрізнятися від накладу тим, що палітурні роботи (обробка

книги) виконані вручну. За цими сигнальними примірниками замовник може зробити висновок про якість поліграфічного виконання книги в цілому. Якщо сигнальні примірники відповідають вимогам видавця, друкарня закінчує роботи й упаковує продукцію, після чого замовник може вивезти наклад із друкарні.

Існують певні дефекти, за якими книготоргуючі організації бракують видання за якістю поліграфічного виконання при оптовому прийманні. Наявність хоча б одного такого дефекту достатня для відбраковування примірника видання. У прийнятій партії не має бути більше 1 % забракованих примірників від їхньої кількості у відібраній пробі. Якщо ж кількість забракованих примірників перевищує 1 %, то не приймається й повертається постачальникові (видавцеві) вся партія. Такий порядок може бути прийнятий і у взаєминах замовника (видавця) і виконавця (поліграфічного підприємства).

Розглянемо, які ж дефекти розглядають під час відбраковування. Насамперед це дефекти друку тексту й ілюстрацій, що виключають можливість користування виданням: «білий аркуш» (незадрукований), макулатурний аркуш, де не можна читати текст, втрата ділянок тексту або ілюстрації. Дефект, який може виникати під час фальцювання чи обрізки блока, коли текст або ілюстрації через перекис «заріжуться».

У готовому виданні можуть бути порушені комплектність або послідовність елементів: чужі, перевернені, зайві, переплутані вкладки, вклейки, приклейки або вони можуть бути зовсім відсутніми в комплекті. У результаті дефектів шиття (непрошиті аркуші чи зошити) або розколу в корінці (найчастіше при безшвейному скріпленні блока) можуть випадати його окремі елементи (зошити, аркуші).

Ще бракують грубі дефекти приклейки форзаца, капталу й вставки блока в палітурну кришку, які викликають надриви в перших і останніх аркушах книги, відставання форзаців, відсутність одного або обох кантів. Брак може бути викликаний втратою товарного вигляду видання через брудну, рвану, м'яту обкладинку. Обкладинка може бути так перекошена, що текст на корінці зміщується за його межі. До браку призводять дефекти палітурної кришки (зморшки, складки, надриви матеріалу, бруд, перекоси, перекручування тексту або зображення), через що книга втрачає товарний вигляд і забраковується. Нарешті, втрата товарного вигляду видання може бути викликана грубою деформацією корінця блока (непоправна деформація).

До друкарської продукції висуваються наступні вимоги. Насамперед на накладових аркушах не має бути пошкоджень: надривів країв, загнутих кутів, зморшок, масляних плям, слідів пальців рук і т. ін.; на пробіль-

них ділянках зображення й оборотної, ще не задрукованої, сторони відбитка – слідів відмазування фарби й тіні, що можуть з'явитися, наприклад, при недостатньому зволоженні форми в процесі офсетного друку. Щоб запобігти відмазуванню фарб при друці на крейдяному папері, на відбитки в процесі друкування наносять спеціальний порошок, розкладають відбитки на невеликі пачки (300–1500 аркушів), попереджаючи тим перенесення фарби на зворот аркуша. На відбитках не має бути слідів змазування фарби.

При повнокольоровому друці має бути дотримана необхідна точність суміщення зображення. Зрозуміло, що вимоги до великоформатного плаката з техніки безпеки інші, ніж до високоякісних репродукцій. Звичайне відхилення від точного суміщення не має перевищувати 0,1–0,2 мм. Вимірюють точність суміщення по спеціальних позначках-хрестиках за допомогою оптичних луп (звичайно семи-, десятикратних). Мають бути дотримані необхідні розміри полів і точність приводки під час друку тексту (про неї судять по збігу рядків з лицьового й зворотного боку аркуша: він не має бути більше 0,3–0,5 мм).

Накладові відбитки мають відповідати затвердженим аркушам-еталонам за колірним тоном, градаціями і розмірами зображення. Значення оптичної густини первинних кольорів під час тріадного друку мають збігатися із зазначеними в СОУ 22.2-02477019-05:2006. «Відбитки. Денситометричні норми. Методика визначення». Значення оптичної густини відбиття контролюються за допомогою денситометра друкарем та представником інженерно-технічного персоналу (майстер, начальник цеху, технолог, співробітники лабораторії й ВТК) за шкалами оперативного контролю друкарського процесу. Тільки систематичний денситометричний контроль якості відбитків у процесі друкування накладу й порівняння їх із аркушем-еталоном можуть забезпечити ідентичність друку в накладі.

Кількісні допуски на показники якості прямо пов'язані з видом друкованої продукції, її призначенням та іншими умовами. Потрібно прагнути, а найчастіше просто необхідно забезпечити, щоб весь наклад видання був надрукований на профільному папері одного сорту, відтінку й маси.

Низька якість поліграфічного виконання книги може зірвати збут, а отже, видавцеві потрібно постійно вдосконалюватися в оцінці цієї якості, для чого слід читати спеціальну літературу, відвідувати книжкові виставки, ознайомлюватися із кращими вітчизняними й зарубіжними зразками продукції.

9.9. ЯК ВИБРАТИ ПІДПРИЄМСТВО-ВИГОТОВЛЮВАЧА

У першу чергу вибір залежить від характеру видаваної книги, її оформлення, накладу, можливостей придбання різного виду друкарського паперу й інших показників. Визначивши вихідні дані книги, підготувавши рукопис та ілюстраційні матеріали до виробництва, ви можете запропонувати її друкарні, що володіє необхідним для випуску книги обладнанням.

Якість продукції, рівень її поліграфічного виконання визначаються не тільки складом обладнання поліграфічного підприємства, що виконує замовлення, і використовуваними поліграфічними матеріалами, але й загальним рівнем технології на даному підприємстві.

Видавець, який хоче якомога швидше випустити книгу, часто вдається за допомогою організації, яка надає поліграфічні послуги, не знаючи, наскільки вона професійна, ґрунтуючись лише на економічних міркуваннях. Це дуже небезпечно, тому що замовлений набір або макет можуть не відповідати технічним вимогам або можливостям технології друкування тощо. Цілковімовірно, що виконаний за якимось приватним договором й без пробних відбитків кольороподіл не дозволить отримати продукцію задовільної якості. Тим часом фотонабір, кольороподіл цілком професійно виконуються великими поліграфічними підприємствами. Виробництво цих операцій рентабельне й може викликати інтерес підприємств-виготовлювачів. Якщо ви передаєте такому підприємству все замовлення (з набором і кольороподілом), то в більшості випадків його візьмуть з більшим задоволенням, ніж готовий макет із кольороподіленними діапозитивами та ще й без проби.

При виборі поліграфічного підприємства важливо виходити із призначення майбутньої книги. Якщо це чорно-біла брошура, що призначена для прочитування в літаку або вагоні – її можна надрукувати на газетному папері, і ви самі можете обговорити строки виходу й вартість роботи друкарні. Якщо ж це дитяча книга, подарункове або інше ілюстроване високоякісне видання, то необхідно, щоб підприємство-виготовлювач мало відповідну культуру поліграфічного виконання, зуміло забезпечити високу якість та ідентичність накладу.

Радимо не квапитися віддати підготовлену до видання книгу в першу ж друкарню, що згодна виконати ваше замовлення. Ознайомтеся з можливостями цього підприємства, порадьтеся з фахівцями друкарні, довідайтеся про їхню думку щодо підготовки до видання пропонованої книги, поцікавтеся шляхами поліпшення якості видання.

Будьте обережними, якщо вирішите самостійно впоратися з випуском наміченого видання, особливо при покупці різних настільних

видавничих систем, рекламованих як «Видавництво (або друкарня) на столі». Вони можуть бути повністю добротною, але придатними лише для оперативного випуску невеликого накладу інформаційних матеріалів.

Наявні на ринку малі офсетні друкарські машини конторського типу часто вимагають фірмових видаткових матеріалів; у цих матеріалів немає вітчизняних аналогів, відповідно, знадобиться постійна закупівля валютних імпортованих матеріалів, що далеко не завжди можливе. Краще все-таки користуватися послугами поліграфічних підприємств, ніж власною поліграфічною базою з обмеженими можливостями.

Нові можливості українських друкарень. Друк мінімальних накладів

Реструктуризація української поліграфічної промисловості викликана розвитком ринкових відносин і привела до появи багатьох акціонерних і приватних друкарень, а також, що особливо важливо, до зміни в економічних відносинах. Якщо раніше малонакладна високоякісна рекламна продукція не викликала ніякого інтересу в державних підприємств, то сьогодні ця ситуація змінилася.

Підприємства стали виготовляти найнестандартніші сувенірні поліграфічні вироби: квартальні календарі з «бігунком», рекламні вироби нестандартної форми, наприклад, трикутної, які встановлюються на столі; пакування за індивідуальними замовленнями та ін.

Постійно розширюються можливості обробки виробів за рахунок вибіркового лакування окремих ділянок зображення лаком з офсетної форми або під час використання трафаретного друку, за рахунок блінтового тиснення, коли зображення без фарбування просто видавлюється за допомогою штампа або тиснення фольгою, у тому числі голографічною.

З'явилися найрізноманітніші пристрої для скріплення щотижневиків, календарів, які можна легко повісити на стіну за допомогою ригеля тощо. Підприємства купляють різноманітні пристрої для складної висічки – від напівручних до автоматизованих висічних пресів. Побажання замовника округлити куточки на візитних картках або календариках уже не викликають непорозуміння у співробітників виробничого відділу.

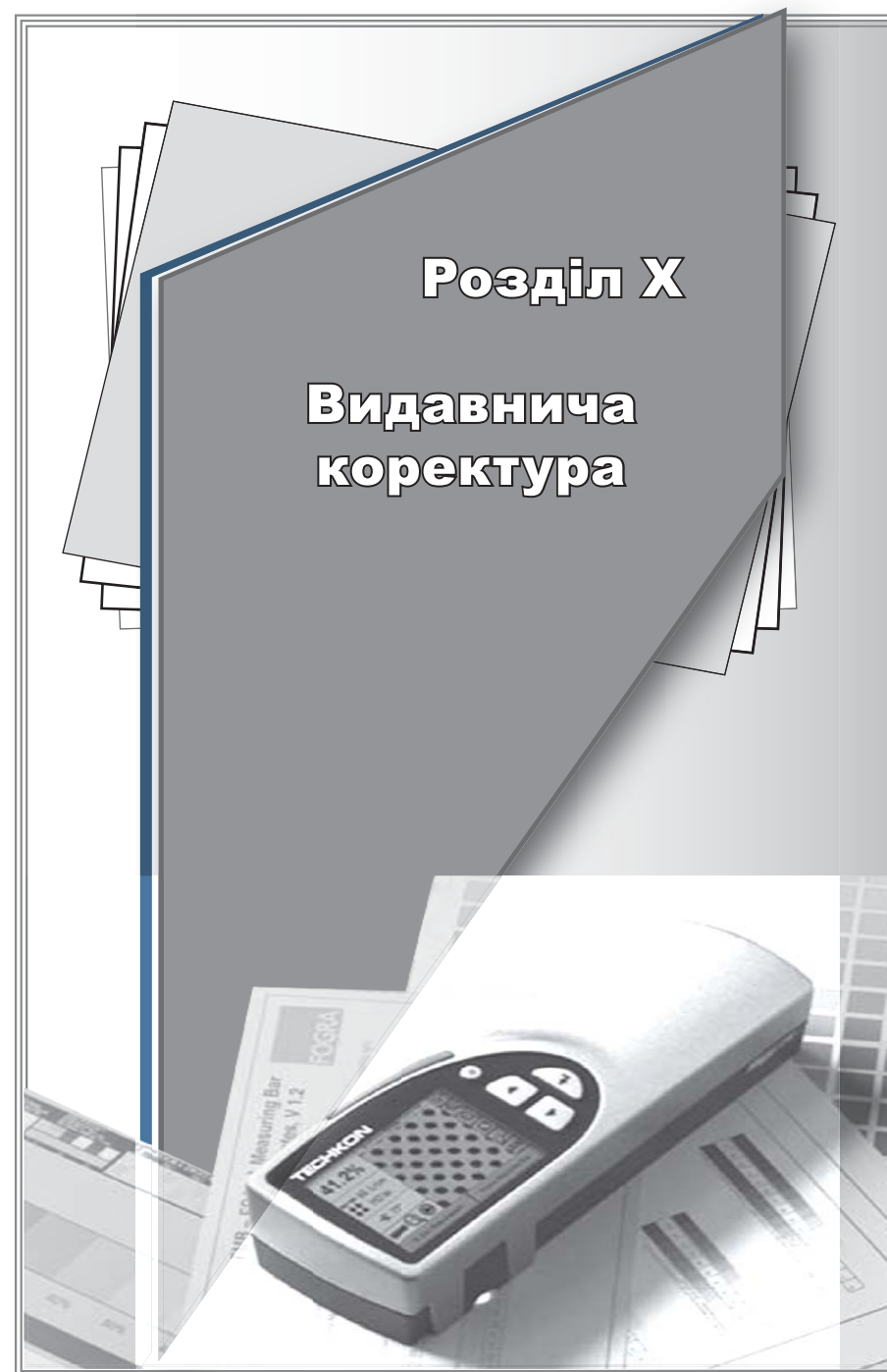
Все більше виготовляється продукції на матеріалах, що самоклеяться, причому використовуються різні види друку: трафаретний, офсетний, флексографський.

Гострим залишається питання і з друком малих, так званих пробних накладів. Зрозуміло, що видавцеві цікаво віддрукувати 300–500 прим. книги, подивитися, як ця книга розходить, а вже потім замовити,

наприклад, 10 тис. прим. книги. При цьому видавцеві хотілося б, щоб ціна одного примірника в пробному накладі несуттєво відрізнялася від його ціни в основному накладі.

Однак досягти бажаного не вдається: питомі витрати на монтаж, виготовлення друкарських форм, друк, фальцювання, палітурні роботи у разі друкування пробного накладу будуть значно вищими, ніж при друці накладу. Власне кажучи, ці витрати за абсолютною величиною приблизно однакові для обох випадків, але для пробного накладу їхня питома вага зростає в 20 разів. Тому рекомендується для твердої палітурки замовляти наклад не менше 3 тис. прим.

Можна з упевненістю стверджувати, що сервісні послуги українських друкарень і надалі розширюватимуться, причому очевидні переваги отримають ті підприємства, котрі можуть випускати продукцію при поєднанні, наприклад, офсетного й трафаретного друку, з різноманітними можливостями кріплення й оздоблення.



10.1. ПРИЗНАЧЕННЯ ВИДАВНИЧОЇ КОРЕКТУРИ

Коректура – це виправлення відбитків з набору й пробних відбитків репродукованих оригіналів ілюстрацій та інших зображень.

Мета коректури:

1) усунути помилки видавництва й автора, не помічені раніше, і внести зміни, котрі виникли після здачі оригіналу в набір (видавнича правка, що включає авторську й кон'юнктуру);

2) виправити всі помилки, допущені друкарнею через відхилення від оригіналу та порушення технічних правил набору й верстки (типографське виправлення);

3) усунути технічні недоліки набору й репродукування.

Коректуру здійснюють автор, редактор, коректор, художній і технічний редактори. У кожного з них свої завдання. В автора й редактора – насамперед ще раз перевірити набрані та репродуковані матеріали на відповідність змісту й формі з огляду на те, що у наборі та верстанні вони набувають нової якості (інші переноси слів, нове розміщення елементів і т. ін.). У коректора – забезпечити точність відтворення оригіналу й дотримання технічних правил набору і верстання; ще раз перевірити орфографію, пунктуацію та інші особливості текстів, звернути увагу редактора на фактологічні й стилістичні неточності. У художнього редактора – перевірити якість оригіналів, що містять ілюстрації за пробними відбитками репродукцій та якість набору й верстання з художнього погляду. У технічного редактора – перевірити, як друкарня виконала всі вимоги «Технічної специфікації» і вказівки у розмітці оригіналу, усунути всі порушення технічних правил набору й верстання.

Щоб виконати коректуру, кожному її учасникові необхідно володіти технікою коректури, тобто освоїти коректурні знаки й уміти ними правильно користуватися.

10.2. КОРЕКТУРНІ Й ПРОБНІ ВІДБИТКИ

При будь-якому наборі можуть бути використані три види коректурних відбитків:

✓ *гранки* – відбитки з довільною кількістю рядків на кожному аркуші;
✓ *зверстані аркуші* (на професійному жаргоні – верстка) – відбитки із сформованих шпальт, якими вони будуть у надрукованій книзі (найчастіше подаються у вигляді зошитів);

✓ *звірені аркуші* (на професійному жаргоні – звірка) – відбитки зі шпальт після їхнього виправлення друкарнею видавництва за вказівками автора, редактора й інших видавничих працівників.

Виняток становить комп'ютерний набір, якщо його виконують не за роздрукованою, а за виведеним на екран комп'ютерним оригіналом. Але й при комп'ютерному наборі роздруковку зверстаних шпальт краще прочитати ще раз після виправлення (у роздрукованому оригіналі-макеті), щоб не пропустити помилок через випадкові збої у системі.

Гранки видавництво просить, звичайно, для книг зі складною версткою, коли не підготовлений розрахунковий макет і верстальникові важко сформулювати шпальти так, як того вимагає художній задум і необхідний зв'язок елементів. У видавництві ж технічний редактор під наглядом художника, художнього й відповідального (провідного) редактора монтує макет верстки із гранок і пробних відбитків ілюстрацій, підганяючи їх для гармонійного розміщення та логічного узгодження. Такий макет отримав назву *виклесного*.

Якщо перша видавнича коректура проводиться у гранках, метод проходження коректур називається *граночним*; при першій видавничій коректурі у зверстаних аркушах – *безграночним*.

Вимоги до коректурних і пробних відбитків (від цих вимог багато в чому залежать успішність і терміни коректури) видавництво й друкарня узгоджують, укладаючи договір на поліграфічні роботи.

Відбитки, що надходять із друкарні

Папір для відбитків. Коректурні відбитки мають бути виконані на білому, добре сприймаючому друкарську фарбу, папері, такого розміру, при якому бокові поля будуть по ширині не менше 5 см.

Пробні відбитки ілюстрацій та інших графічних оригіналів – на папері для накладу.

Якість відбитка, – це чіткість, що дозволяє бачити кожную букву, цифру, знак, кожную деталь зображення; без залитих фарбою або змазаних місць, без пропуску друкованих елементів.

Кількість примірників відбитків. Коректурних – 4 прим., пробних багатокольорових – 5 прим., пробних однокольорових – 3 прим. Додаткові примірники замовляються й оплачуються окремо.

Нумерація й комплектність відбитків. Наскрізна нумерація відбитків однієї книги, без пропуску шпальт і гранок. Здача до видавництва одночасно з коректурними відбитками й пробних відбитків. При їхній відсутності видавництво не зможе підписати книгу на зв'єрнення або до друку, провести перевірку ілюстрацій, раціонально організувати роботу всіх, хто здійснює коректуру. Затягуватимуться терміни коректури, а при роздільній роботі над коректурними й пробними відбитками – ймовірні помилки, часом грубі.

Якість набору й верстки. Не більше 15 помилок друкарні (тобто відхилень від оригіналу або технічних правил набору й верстки) на

обліково-видавничому аркуші у гранках, не більше чотирьох того ж обсягу у зверстаних аркушах і не більше однієї помилки у звірочних аркушах. Відсутність у зверстаних аркушах перевернутих шпальт, рядків, ілюстрацій, виносков, таблиць або таких, що стоять не на своєму місці.

Відбитки, що здаються до друкарні

Обсяг виправлення. Встановлюється залежно від складності набору у відсотках до договірної його вартості: набір простий або середньої складності – 7 %; набір складний – 5 %.

Техніка виправлень – з використанням стандартних коректурних знаків (див. нижче).

Оформлення. Підпис кожного друкованого аркуша здійснюється коректором і редактором, а титульного аркуша – ще й одним із керівників видавництва (директором, головним редактором).

Кількість виправлень у відбитках, підписаних до друку. Не більше трьох буквених виправлень проти попередньої коректури на один друкований аркуш (не вважаючи кон'юнктурного виправлення й виправлення з вини друкарні). Норма орієнтовна.

10.3. ТЕХНІКА Й МЕТОДИКА КОРЕКТУРИ ТЕКСТУ

Коректурні знаки для правки набору

Дати письмові вказівки про виправлення в набраному тексті дуже важко: занадто малі пробіли між рядками, та й писати на полях, що слід зробити, – це значить ускладнити виправлення і витратити час на повторення тих же написів при однакових помилках. Тому й були введені **коректурні знаки** – умовні графічні позначення дій, які потрібно виконати при коректурі (замінити одну або кілька букв чи слів іншими; вставити або викинути текст і т. п.). Крім того, повторені на полях коректурні знаки пов'язують виправлення з місцем, де вони мають бути зроблені.

Основні коректурні знаки вироблені тривалою видавничо-поліграфічною практикою. Вони без суттєвих змін використовуються вже понад століття, причому коректурні знаки багатьох країн дуже схожі між собою.

Для тих видавців, яким необхідно самим здійснювати коректуру, нижче наведено стандартні коректурні знаки й показано, як їх використовувати відповідно до ГОСТ 7.62-90. «Знаки для разметки оригиналов и исправления корректурных и пробных оттисков. Общие требования» (табл. 10.1).

Таблиця 10.1

Коректурні знаки	
Окреслення і призначення	Зразки застосування
1. ЗНАКИ ЗАМІНИ	
а) Знаки заміни літери	
Г Л Г Е С Т Т Т Г Л Е І І Е Е	
Замінити:	
✓ літеру чи знак на інші	сл а н Го
✓ малу літеру на велику	се н Ло
✓ велику літеру на малу	п е тро Г т
✓ тире на дефіс і дефіс на тире	С л он Е с
	вагон ± ресторан ±
	2 ± 5 [-]
б) Знаки заміни декількох літер, знаків, слів, цілого рядка на інші	
Н П П Н П Н П Н П Н П Н	
Замінити:	
✓ декілька літер на інші	ст а н Н л о
✓ одне слово на інше або на декілька	б е гемо т Н л слон
✓ частину одного слова на інше	ц е й-дім т Н я хата
в) Знаки заміни декількох рядків на інші	
	

Продовження табл. 10.1

Окреслення і призначення	Зразки застосування
--------------------------	---------------------

Замінити декілька рядків на інші



припускається
використовувати
в оригіналі автором
та редактором

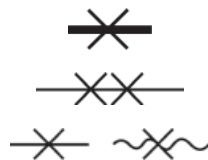
До тих помилок,
які ми помічаємо
після набору,
складач додає свої

г) Знаки заміни лінії іншою по окресленню чи малюнку



Замінити:

- ✓ товсту лінію на тоншу
- ✓ тонку лінію на товщу
- ✓ пряму лінію на хвилясту



2. ЗНАКИ ВСТАВКИ

а) Знаки вставки в слово пропущених літер і знаків

Вставити:

- ✓ у слово пропущену літеру
- ✓ у слово декілька літер

сфн [ло

вели [кий

б) Знаки вставки слова, словосполучення, речення, рядка, лінійки



Вставити:

- ✓ слово

V сильний великий V слон

- ✓ рядок

> вийшов на арену > Великий сильний слон
і вклонився публіці

Продовження табл. 10.1

Окреслення і призначення	Зразки застосування
--------------------------	---------------------

- ✓ лінійку



✓ Морська миля
дорівнює 1852 метрам

3. ЗНАКИ ВИКИДАННЯ БУКВ, СЛІВ, РЯДКІВ
Як такі знаки використовуються знаки заміни
в поєднанні зі знаком викидання



Викинути:

- ✓ літеру в слові
- ✓ склад у слові
- ✓ слово

слофн I

слоненятко H

слофнеї лисиця H

До помилок які
ми не помічаємо
в оригіналі наборщик
додає свої

- ✓ рядок чи рядки

4. ЗНАКИ ПЕРЕСТАНОВКИ ЕЛЕМЕНТІВ НАБОРУ



а) Знаки заміни місцями



Поміняти місцями:

- ✓ сусідні букви чи склади

1 варіант (знаками перестановки)

солн сслонятко

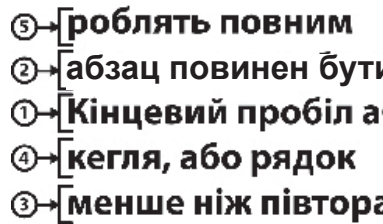
2 варіант (знаками заміни)

сфлн H ло
сслонятко H лоне

- ✓ сусідні слова (словосполучення)

зайшло сонце
ходив по дому він

Окреслення і призначення	Зразки застосування
✓ сусідні рядки	перекреслюють знаком літеру, яку замінюють.
✓ декілька слів	 

✓ декілька рядків	
б) Знаки переносу елементів набору в інше місце	
Переставити:	

✓ слово в інший рядок	Знаком елемент обводять і ведуть
✓ словосполучення в інше місце	Знаком потрібний елемент обводять і ведуть лінію зі стрілкою від нього в місце перестановки
✓ текст з однієї сторінки на іншу	Вираз зі с. 5 → на с. 8 Текст на іншій сторінці → зі с. 5

в) Знаки пересування елементів до потрібного місця

Пересунути елементи:	
✓ вправо до вказаної лінії	ЗАГОЛОВOK →
✓ вправо до лінії, що позначена рисочками, дужками	ЗАГОЛОВOK
✓ вліво до вказаної лінії	← ЗАГОЛОВOK

Окреслення і призначення	Зразки застосування
✓ вліво до лінії, що позначена рисочками, дужками	ЗАГОЛОВOK
✓ вверх до вказаної лінії	ЗАГОЛОВOK
✓ вверх до лінії, що позначена рисочками дужками	ЗАГОЛОВOK

✓ вверх до вказаної лінії	ЗАГОЛОВOK
✓ вниз до лінії, що позначена рисочками, дужками	ЗАГОЛОВOK

г) Знаки пересування елементів до низу чи верху рядка

Підняти елемент до верху рядка	текст  В
Опустити елемент до верху рядка	В 

г) Знак набору рядка з абзацного відступу
Знак схожий з латинською літерою

Σ для зарубіжних типографій «зет» Z Знак

е) Знак поєднання абзаців в один
Знак — лінія від кінця верхнього абзаца до початку нижнього.
На ділянці знак не повторюють

ж) Знак розміщення елемента посередині формату рядка (виключка з червоного рядка)

	→ ЗАГОЛОВOK ←
Z Z	Z ЗАГОЛОВOK Z

5. ЗНАКИ ЗБІЛЬШЕННЯ, ЗМЕНШЕННЯ, ВВЕДЕННЯ, ВИРІВНЮВАННЯ І ЗНИЩЕННЯ ПРОБІЛІВ

а) Знаки збільшення пробілів між словами чи рядками



Продовження табл. 10.1

Окреслення і призначення	Зразки застосування
Збільшити пробіл:	
✓ між словами	Знак ставлять Знак ставлять
✓ між рядками	Коректурний знак ставлять у пробілі, що (2п) збільшують (2п)

б) Знаки зменшення пробілу між словами чи рядками



Зменшити пробіл:

✓ між словами

Знак ставлять
Знак ставлять

✓ між рядками

Коректурний знак
ставлять у пробілі

в) Знаки розділення пробілом слів, що набрані разом

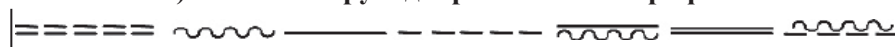
**Знак ставлять**

д) Знаки вирівнювання між словами пробілів

**Знак ставлять у пробілах**

6. ЗНАКИ ШРИФТОВИХ ВИДІЛЕНЬ І ЗМІН

а) Знаки набору відокремлюючим шрифтом



Набрати шрифтом:

✓ великим

СЛОВО

✓ курсивом

СЛОВО *курс!*

✓ напівжирним

СЛОВО *ч./ж!*

✓ у розрядку

СЛОВО *в розр!*

✓ напівжирним курсивом

СЛОВО *ч./ж. курс*

Продовження табл. 10.1

Окреслення і призначення	Зразки застосування
✓ жирним	СЛОВО <i>жир!</i>
✓ курсивом у розрядку	СЛОВО <i>курс у розр!</i>
б) Знаки зміни гарнітури, окреслення й кегля	
Поміняти:	
✓ гарнітуру шрифту	СЛОВО <i>times</i>
✓ окреслення шрифту	СЛОВО <i>пряме</i>

✓ кегль шрифту

СЛОВО *ф. 8*

Знищити розрядку

СЛОВО *т*

7. ЗНАКИ ВИПРАВЛЕННЯ ТЕХНІЧНИХ ДЕФЕКТІВ НАБОРУ

а) Знаки перевертання елемента



Перевернути:

✓ літеру

СЛОВО

✓ рядок

I варіант

СЛОВО - *ж*

II варіант

СЛОВО *рядок*

б) Знаки вирівнювання рядків по вертикалі або горизонталі



Вирівняти:

✓ край набору

Набраний рядок
Набраний рядок
Набраний рядок

✓ рядок по горизонталі

Набраний рядок =

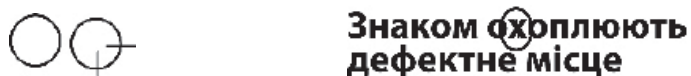
Закінчення табл. 10.1

Окреслення і призначення	Зразки застосування
--------------------------	---------------------

в) Знак знищення коридора (співпадіння по вертикалі чи горизонталі міжслівних пробілів у трьох чи більше рядках поспіль)



г) Знак посилення чи послаблення натиску, зчищення бруду, зближення лінійок



д) Знак заміни літери іншої гарнітури, кегля, накреслення



е) Знак знищення марашки (відбитка піднятого пробільного елемента в ручному чи монотипному наборі)



8. ЗНАК СКАСУВАННЯ ЗРОБЛЕНОГО ВИПРАВЛЕННЯ



У деяких випадках для зрозумілості об'єднують в один два знаки: знак викидки зі знаком сумісного написання чи зі знаком окремого, а не дефісного написання. Наприклад:



Правила застосування коректурних знаків

При коректурі потрібно:

1. Виносити коректурні знаки при одноколонному наборі невеликого й середнього формату на праве поле, а при наборі великого формату у дві, три й більше колонок – на найближче з полів.

2. Прапорці коректурних знаків направляти вбік того поля, на яке знак виносять.

3. Розміщувати коректурні знаки на полях навпроти «свого» рядка.

4. Однакові коректурні знаки застосовувати тільки через 8–10 рядків.

5. Дотримуватися при кількох виправленнях в одному рядку наступного порядку коректурних знаків на полі:

а) при виносі на праве поле – порядок виправлень зліва направо, наприклад:

порядок виправлень збіжить від палі вноса *а и о я и*

б) при виносі на ліве поле – перше виправлення в рядку ближче до набору, друге – перед ним, третє – перед другим і т. д., наприклад:

ле и до а **порядок виправлень залежить від поля виноса**

6. Перекреслювати текст коректурним знаком так, щоб цей текст можна було прочитати.

7. Вставки тексту більші рядка роздруковувати на принтері та вклеювати.

8. Пропуски обсягом більше трьох складальних рядків не вдруковувати, а прикладати до коректурного відбитка сторінки оригіналу, де червоним олівцем обвести пропущений текст і написати на полі: «Пропуск». На коректурному відбитку в місці пропуску необхідно поставити знак вставки, повторивши його на полі, і поруч написати у кружок: «Пропуск, див. оригінал с. 86, додається».

9. Лінії, що з'єднують коректурний знак з тим же знаком на полі, використати тільки при наборі в три й більше колонки.

10. Виправляти тільки темним чорнилом (пастою), різним за кольором. Наприклад, редактор виправляє чорним, коректор – фіолетовим, технічний редактор – синім або блакитним чорнилом). Пам'ятати, що олівцеві виправлення правщик до уваги не бере. Всі письмові вказівки обводити чорними кружками, щоб їх не прийняли за виправлення й не набрали.

Загальна методика коректури

Видавцеві слід знати деякі основні умови, без яких неможливо здійснювати ефективну перевірку набору й раціональну організацію коректури у видавництві.

Читання коректурних відбитків

Три основні умови:

1. Головне у читанні коректурних відбитків – його темп, який має бути таким, щоб можна було встигнути візуально розрізнити й зафік-

сувати кожну букву, кожен знак, а не схоплювати тільки якусь частину слова, здогадуючись про його закінчення.

2. З подвоєною увагою читати деякі елементи тексту:

а) найважливіші для твору висновки, визначення, аргументи;
б) прізвища, ініціали, назви, дати, числа, імена, цитати, частки (щоб ствердження не перетворилися в заперечення й навпаки); повторювані елементи; перехресні та інші посилання, неточність яких змінює суть твору;

в) рядки, набрані великим шрифтом, коли збільшується ймовірність не помітити помилку;

г) слова зі сполученням букв, при якому невелика буквена помилка може грубо спотворити їх зміст: «град» без букви «р», «головно-командуючий» без букви «л», «англо» з перестановкою двох перших букв через неправильне натискання на клавіші («нагло») і т. д.

3. Під час коректури спочатку звірити перебрані рядки (у комп'ютерному наборі виправлені слова та вписаний текст), а вже потім читати текст наскрізь за змістом для додаткового контролю, щоб, зокрема, не пропустити не помічених раніше помилок, а в комп'ютерному наборі ще й нових, неправильних переносів, що нерідко виникають через автоматичний перенабір тексту. Завдання такої коректури перевірити, наскільки точно друкарня або ділянка редакційно-видавничого комплексу виправили текст за вказівками видавництва при попередній коректурі та чи не допустили при цьому нових помилок.

Контроль за виправленням. Коли вносять виправлення, нерідко допускають різні неточності: пропускають букви, забувають про контекст, нечітко виписують букви, і правщик може вважати їх за інші. Тому бажано текст із коректурним виправленням прочитати окремо, у тому числі з погляду правщика.

Організація коректури. Одна з найважливіших умов підготовки видання до друку – авторська коректура при першому читанні коректурних відбитків.

Друга умова – раціональний розподіл праці над коректурними відбитками між автором, редактором, коректором. Їхні завдання тому й розрізняються, щоб можна було не дублювати роботу один одного й краще виконувати специфічні обов'язки. Величезна кількість об'єктів перевірки розпорошує увагу учасників редакційного процесу. Тому перевірка відбитків кожним правщиком у повному обсязі, але з різним ступенем скрупульозності (за змістом, граматично, технічно й т. ін.) допоможе досягти кращих результатів. Це, звичайно, не говорить про те, що авторові й редакторів не потрібно звертати увагу на граматичні,

буквені й технічні помилки: просто це їх не головна, а лише попутна турбота. Та й читати їм швидко, тільки за змістом також буде помилкою: вони можуть прочитати «правильно» те, що набрано неправильно, а коректор, навпаки, прийме помилкове написання за правильне, якщо за змістом воно можливе.

Третя умова – правильний вибір методу коректури: «в підчитку» або поодинці.

В підчитку коректура виконується двома коректорами, один із яких читає вголос коректурні відбитки, а інший – підчитувач – стежить за оригіналом або попереднім коректурним відбитком, чи немає розбіжностей у набраному або виправленому тексті з текстом оригіналу або попереднього коректурного відбитка, і сигналізує про всі розбіжності читаючому вголос. Коректура в підчитку прискорює роботу й дозволяє тому, хто читає текст, зосередитися на його перевірці, не відволікаючись на текстове звірення із джерелом, що є неминучим при коректурі *поодинці*. Коректура в підчитку вимагає від підчитувача неослабної уваги, а від коректора-читця – вміння багато чого перевіряти, спираючись на знання правил, щоб не звіряти відбиток із джерелом з кожного приводу. Складний текст з великою кількістю різних елементів краще читати поодинці, тому що в ньому багато чого не піддається перевірці на слух. Немає сенсу виконувати в підчитку звірення, оскільки текстуальна ідентичність перевірена при першій коректурі. Тільки в особливо відповідальних виданнях звірочні аркуші читають у підчитку, звіряючи не з попередніми коректурними відбитками, а з оригіналом (щоб упевнитися, чи при першій коректурі не було пропущено ніяких помилок).

Нарешті, ще одна умова – виділяти один із примірників коректурних відбитків як робочий, підписаний. Це, зазвичай, примірник, вичитаний коректором; у нього редактор переносить і своє авторське виправлення. Кожен зошит або кожен аркуш коректурних відбитків підписує коректор своїми ініціалами й ініціалами підчитувача. Редактор та інші відповідальні працівники видавництва ставлять свій підпис на титульному аркуші.

Для прискорення коректури використовують метод паралельного читання коректурних відбитків автором, редактором і коректором. При послідовному читанні треба було б витрати втричі більше часу.

Останнім працює над коректурними відбитками технічний редактор. Бажано, однак, щоб їх проконтролював і художній редактор, а в складних випадках і художник (дизайнер) книги. Якість складального оформлення без художнього контролю, звичайно, знижується. Найкраще встановити порядок, при якому технічний редактор неодмінно показує робочий

примірник відбитків після своєї обробки або по ходу її художньому редактору або художникові книги.

Художник і художній редактор перевіряють точність виконання друкарнею принципового або розрахункового макета, композицію шпальт і розворотів, однотипність оформлення, гармонійність поєднань елементів тощо.

Обробка відбитків технічним редактором більш детальна: він перевіряє, як друкарня виконала розмітку кожного дрібного елемента в оригіналі, чи не порушила технічних правил набору й верстки, вносить виправлення або просить їх внести верстальника. Це дуже копітка робота, що вимагає великої старанності, смаку й знань.

Прийоми компенсації виправлення й технічного скорочення або розгону тексту. Ці прийоми допомагають зменшити обсяг виправлень, уникнути переверстки. Переверстка може потягти за собою порушення сформованої гармонії шпальт і розворотів, підвищення витрат на виробництво видання, сповільнення процесу його друку.

При вставці додаткового тексту:

1) викидають у тому ж або в найближчих рядках необов'язкові слова, рівні за обсягом вставці;

2) зменшують у декількох рядках міжслівні пробіли й/або міжлітерні просвіти до гранично припустимих;

3) вганяють у попередній рядок короткі кінцеві рядки абзаців, використовуючи для цього різні прийоми:

а) відкидають, якщо можна, текст кінцевого рядка;

б) скорочують у попередньому рядку текст із кількістю знаків, приблизно рівних тексту кінцевого рядка;

в) зменшують у попередньому рядку (рядках) міжслівні пробіли;

4) поєднують в один два або кілька сусідніх абзаців, якщо кількість знаків у їхніх кінцевих рядках не перевищує кількості знаків в одному повноформатному рядку (тоді при об'єднанні двох абзаців скоротиться один рядок, при згонці трьох – два й т. д.);

5) зменшують відбиття між заголовком і текстом, приміткою й текстом, ілюстрацією й текстом і т. ін. так, щоб це заощадило місце для вставленого тексту;

6) перетворюють заголовок із двох або трьох коротких рядків в одно- або дворядний;

7) зменшують розмір ілюстрацій, переробляючи виготовлену ілюстраційну форму.

Ці прийоми використовуються й тоді, коли потрібно скоротити кількість шпальт, а за змістом текст змінювати не можна.

При викиданні тексту або необхідності позбутися незаповнених ділянок шпальти (довести її за висотою до повного формату):

1) вставляють новий текст, приблизно рівний за кількістю знаків викинутому;

2) збільшують у рядку з викидом і сусідніх з ним міжслівні пробіли до гранично припустимого розміру;

3) виганяють повні кінцеві рядки абзаців, роблячи новий кінцевий рядок, для чого доповнюють кінцеві рядки словами або збільшують у них міжслівні пробіли;

4) ділять один абзац на два або декілька, якщо новий абзац починається від вертикалі, розміщеної лівіше, ніж кінець останнього рядка великого абзацу;

5) виносять частину основного тексту у виноску, що завдяки відбиттям її від тексту може компенсувати викидання;

6) розбивають заголовок на більшу кількість рядків;

7) вводять додатковий ступінь рубрикації або розмішують по іншому заголовки;

8) збільшують розмір ілюстрації;

9) збільшують відбиття між ілюстраціями й підписом до них, між підписом до ілюстрації й текстом, між приміткою й основним текстом тощо.

І в тому, і в іншому разі (при компенсації вставок і викидань) досягти мети можна, тільки поєднуючи різні прийоми.

10.4. ОСНОВНІ ТЕХНІЧНІ ПРАВИЛА НАБОРУ Й ВЕРСТКИ

Ці правила вироблені тривалим досвідом і мають дві мети: не допустити, щоб набір і верстка погіршували умови читання й сприйняття матеріалу, і дотримуватися головних естетичних та гігієнічних вимог до складальної графіки й композиції.

Основні технічні правила набору

Міжслівні пробіли. Їхній нормальний розмір, відповідно до діючих правил набору, – напівкегельний (наприклад, при кеглі 8 це 4 пункти). Крім того, правила вимагають, щоб розміри міжслівних пробілів:

1) були однаковими в одному рядку;

2) близькими за розміром у суміжних рядках;

3) рівнялися напівкегельному в неповноформатних і віршованих рядках (наприклад, у неповному кінцевому рядку абзацу або неповному рядку заголовка);

4) на стику слів, набраних шрифтом різних кеглів, рівнялися пробілам між словами більшого кегля;

5) на стику слів, набраних у розрядку й не виділених нею, збільшувалися на розмір розрядки;

6) на стику слів, набраних великими, і слів, набраних малими літерами, збільшувалися на 2 пункти.

Допускається збільшувати пробіли (крім незмінних) не вище розмірів, наведених у табл. 10.2.

Таблиця 10.2

Вибір розміру пробілів

Видання	Кегль	Формат набору*	
		великий	малий
Книги (крім словників)	6–11	3/4	1/4
	12	1	1/2
Словники	6–8	3/4	1

* Великий формат набору: для кеглів 6 – більше 2 1/2 кв., 8 – більше 3 кв., 9 і вище – більше 3 1/2 кв.; малий – той, що є менше мінімального великого.

Допускається зменшувати міжслівні пробіли (крім незмінного):

1) у прозовому тексті – до 1/4 кегельного;

2) у віршованому – тільки в рядках, які не можна інакше вмістити у формат, до розміру, що це дозволяє, але не є меншим 1/4 кегельного.

Не змінюється розмір пробілів:

1) між номером (буквою) і наступним словом у нумерованому або літерованому переліці (напівкегельний);

2) між ініціалами й між ініціалом і прізвищем (напівкегельний);

3) між числом у вигляді цифр і словом, що до нього відноситься (напівкегельний);

4) між частинами складового скорочення (напівкегельний);

5) між номером і заголовком, між заголовком у підбор до тексту й першим словом цього тексту (напівкегельний).

Не допускаються у книжковому наборі коридори – пробіли в трьох і більше рядках підряд, що збігаються по вертикалі або за косою лінією.

Міжлітерні просвіти. Допускається:

1) збільшувати їх не більше, ніж на 1 пункт:

а) у рядку без міжслівних пробілів для розтягування його до формату;

б) у рядку із пробілами, якщо для розтягування його до формату необхідно збільшити міжслівні пробіли вище припустимого розміру;

2) зменшувати не більше, ніж на 1/2 пункту, якщо для того, щоб втиснути рядок у формат, потрібно зменшити міжслівні пробіли до розміру, що перевищує припустимі.

Абзацні відступи. Правила вимагають, щоб вони:

1) були однаковими по всій книзі, незалежно від кеглів шрифтів (допускається відхилення в 1 пункт);

2) збільшувалися перед виноскою з однозначним номером або однією зірочкою, якщо за нею йде виноска із двозначним номером або із двома зірочками, на ширину цифри або зірочки; перед нумерованим абзацом з однозначним номером, коли далі йде на тій же сторінці абзац із двозначним номером, – на розмір цифри.

Кінцеві рядки абзаців. Правила вимагають:

1) щоб текст кінцевого рядка перевищував розмір абзацного відступу не менше, ніж у півтора рази, а при наборі без абзацних відступів був за розміром не менше двох кегельних;

2) кінцевий пробіл абзацу при наборі з абзацними відступами був не меншим за півтора кегельних (в іншому разі рядок розтягують, збільшуючи міжслівні пробіли, до повноформатного), а при наборі без абзацних відступів був за розміром не меншим 24 пунктів (1/2 квадрата).

Переноси. Потрібно дотримуватися граматичних правил переносу й не розділяти переносами:

1) неподільні слова й текстові елементи (буквені аббревіатури із великих букв типу *ЮНЕСКО*, цифри одного числа, відмінкові закінчення числівника: 5-й;

2) невідокремлювані один від одного поєднання текстових елементів: ініціали від прізвища; частини складових скорочень (*і т.п., і т.ін., та ін.*); частини діапазону значень (*20–30*); скорочення від слів, без яких вони не застосовуються (*ім. Т. Г. Шевченка*); числа в цифровій формі від назв, які до них відносяться (*20 кг*); цифри або букви із закриваючою дужкою від першого слова пункту, що вони нумерують або літерують; однобуквені прийменники й сполучники (*в, і, до, про, з, у*) від наступного слова або його частини; відкриваючі дужки або лапки від наступних слів; розділові знаки від попереднього слова (за винятком тире, що починає пряму мову або пункт переліку);

3) слова, коли частина слова, яка залишилася або перенесена, може призвести до неправильного прочитання (останній склад *-не*, що може бути прийнятий за заперечення), до двозначних *сполучень* (...члени бри-гади Іванова, Петров), до немілозвучності; заперечення *не* й слово, до якого воно відноситься (наприклад, при швидкому читанні дієслово без *не* може бути сприйняте за ствердження);

4) останнє слово рядка на шпальті, якщо наступна шпальта починається ілюстрацією, таблицею, схемою; останнє слово рядка над ілюстрацією; останнє слово рядка, якщо переносом закінчувалися чотири попередні рядки великого формату або п'ять (у словниках – вісім) попередніх рядків малого формату.

Забороняється використовувати переноси у книгах для читача-початківця.

Розмір розрядки. При наборі шрифтом кегля 7 і менше – 1 пункт, кегля 8 і більше – 2 пункти.

Заголовки. Правила вимагають:

1) розбивати заголовки на рядки за змістом (якщо видавець не хоче іншої розбивки);

2) слова в заголовках розділяти пробілами в напівкегельні, за винятком тих, що менші формату на 1–2 кегельні (їх доводять до повноформатних, збільшуючи пробіли);

3) між рядками заголовка, набраного прописним шрифтом, вставляти 2 пункти пробільного матеріалу;

4) у заголовках, набраних великим шрифтом кегля 16 і вище збільшувати просвіти між вертикальними штрихами сусідніх букв на 1–2 пункти для вирівнювання міжлітерної відстані.

Зміст. Потрібно цифри в номерах розмішувати за розрядками, крапки у точкуваннях рівняти по вертикалі, не ставити менше трьох крапок у точкуваннях, повноформатні рядки закінчувати на завершальній крапці почкування.

Основні технічні правила верстання

Загальні правила. Верстання книги має бути:

1) однаковим, що виражається в однаковій висоті шпальт, незалежно від кеглів шрифтів і видів набору при одностипному розміщенні елементів;

2) приводним, тобто таким, при якому рядки лицьового й зворотного боків аркуша збігаються, для чого розмір відбиття на шпальті доводять до цілого числа рядків основного тексту з урахуванням розходження рядків у кеглях, висоти ілюстрації й т. ін.;

3) без висячих рядків, тобто кінцевих рядків абзацу, які починають шпальту, або рядків з абзацним відступом, що завершують складальну шпальту.

4) без переносів слова зі шпальти на шпальту, насамперед з непарної на парну (це правило допускається порушувати, якщо не можна уникнути переносу, не збільшуючи або не зменшуючи міжслівні пробіли вище припустимих розмірів).

Спускові й кінцеві шпальти. Потрібно, щоб спуски, як правило, були однакові по всьому виданню (припустиме відхилення – 1 рядок), враховуючи від верху шпальти до тексту, а текст на кінцевій шпальті займав не менш 1/4 висоти повної шпальти й був коротшим за неї не менше ніж на 4 рядки, якщо немає інших вказівок видавництва.

Колонцифри. До висоти шпальти не входять, якщо стоять низу. Ставлять вони їх на всіх сторінках, крім титульного аркуша, його звороту,

шмуктитулу, кінцевих сторінок (якщо колонцифра внизу), спускових сторінок (якщо колонцифра вгорі), вклейок, накидок, вкладок, приклейок (якщо немає інших вказівок видавництва). Відбивають нижні колонцифри від тексту так, щоб загальна висота шпальти й колонцифри із пробілом між ними була кратною цицero (12 пунктів).

Колонтитули. Ставлять на всіх сторінках, крім титульного аркуша і його звороту, початкових сторінок зі спуском (якщо колонтитул угорі), сторінок тільки з випускними даними; від тексту відбивають приблизно на кегель шрифту, від нижньої лінійки – на 2 пункти, від верхньої й нижньої – візуально рівномірно; висота колонтитула, включаючи відбиття його від тексту, має бути кратною кегля шрифту основного тексту.

Заголовки. Правила вимагають:

1) при заверстанні тексту над заголовком ставити не менше чотирьох рядків;

2) при заверстанні тексту під заголовком ставити не менше трьох рядків;

3) не ставити після заголовка ілюстрацію;

Текст, набраний шрифтом іншого кегля, відмінного від кегля основного тексту.

Правила вимагають:

1) відбити від основного тексту при розташуванні всередині шпальти зверху на 2–4 пункти менше, ніж низу, роблячи відбиття в межах кегля шрифту основного тексту, а при розміщенні зверху або низу, відбиваючи в межах кегля шрифту додаткового тексту;

2) загальну висоту додаткового тексту довести разом з відбиттями від основного тексту до кратного кегля шрифту.

Виноски. Правила вимагають:

1) розмішувати виноски на шпальті зі знаком в основному тексті, що відсилає до цієї виноски;

2) відбивати від тексту на 1–2 кегельних розміри (включаючи лінійку) з таким розрахунком, щоб загальна висота виноски з відбиттями й лінійкою дорівнювала цілому числу рядків основного тексту;

3) переносити частину виноски, що не вміщається на шпальті, на наступну за умови, що на першій шпальті залишиться не менше трьох рядків, останній з яких не буде кінцевим рядком абзацу, а перенесену частину слід розмістити над виносками цієї шпальти, не ставлячи знак виноски перед перенесеною частиною.

Ілюстрації. Правила вимагають:

1) розмішувати ілюстрації поблизу тексту, з яким вони тісно зв'язані (при відсутності інших вказівок), у зв'язку із чим в оригіналі на полі

проти місця, де бажано розмістити ілюстрацію, пишуть у кружку її номер;

2) прикривати ілюстрацію при закритому верстанні (з текстом над і під ілюстрацією) не менше ніж трьома рядками зверху й знизу;

3) розміщати ілюстрацію на шпальті без тексту, якщо при відкритому верстанні (з текстом тільки над або під ілюстрацією) на шпальті, крім ілюстрації, вміщаються лише три рядки або менше, а при закритій – менше шести рядків;

4) не ставити ілюстрацію в розріз тексту так, щоб перед нею знаходився рядок з абзацним відступом;

5) не завершувати ілюстрацію після заголовка чи перед ним;

6) ілюстрацію, заверстану поперек рядків основного тексту, ставити на парній шпальті верхньою стороною до зовнішнього поля, а на непарній – до корінцевого;

7) по можливості не ставити ілюстрацію на сторінці, коли на звороті також заверстана ілюстрація;

8) ставити ілюстрацію поруч із рядками тексту (оборкою) тільки в тому разі, коли ширина її менша формату набору на 2–3 квадрати, зверстувати всі складальні ілюстрації одного формату однаково; при цьому забороняється починати оборку кінцевим рядком абзацу й закінчувати рядком з абзацним відступом (часткова оборка ілюстрації допускається тільки тоді, коли до неї можна помістити не менше чотирьох рядків тексту);

9) ілюстрацію, яка завершується в оборку, ставити в зовнішнє поле: на парних сторінках – ліворуч від оборки, на непарних – праворуч від неї, а при двох оборотних ілюстраціях на шпальті – одну з них у корінцеве поле;

10) ілюстрацію, що завершується з виходом на поле, висувати за формат не менше ніж на 1/2 квадрата;

11) ілюстрацію, що має друкуватися під обріз, тобто займати або поверхню всієї сторінки, або шпальту чи її частину з одним або двома полями, завершують так, щоб обрізати краї, які виступали за формат з урахуванням обрізки;

12) відбивати ілюстрацію від тексту зверху в межах 1–1,5 кегельного; знизу – 3 кегельних; загальна висота ілюстрації й відбитків має бути кратною кегля шрифту основного тексту.

Підпис до ілюстрації. Підпис необхідно ставити в межах ширини зображення (рядок підпису, що коротший ширини зображення, якщо немає інших вказівок видавництва, виключають посередині зображення); коли ширина зображення менша формату набору тексту, а в підписі більше трьох рядків, її допускається набирати на повний формат набору.

10.5. КОРЕКТУРА ПРОБНИХ ВІДБИТКІВ ІЛЮСТРАЦІЙ ТА ІНШИХ РЕПРОДУКОВАНИХ ЗОБРАЖЕНЬ

Коректурні знаки для пробних відбитків та їхнє застосування встановлені в ГОСТ 7.62-90 (табл. 10.3).

Таблиця 10.3

Коректурні знаки для пробних відбитків	
Призначення знака	Окреслення
Посилити тон на – %	+ – %
Зменшити тон на – %	– – %
Пом'якшити контраст	
Посилити контраст	
Зробити тон рівнішим	
Зробити рівнішим розпливчастий контур зображення	
Знищити відхилення в суміщенні фарб	
Знищити деталь зображення (якщо контур деталі непростий, то її обводять по контуру)	
Повернути деталь зображення чи всі зображення на ... градусів	
Позитив перетворити на негатив	P → N
Негатив перетворити на позитив	N → P
Дзеркальне зображення перетворити в пряме чи навпаки	
Змінити тон, колір усього зображення (знак використовується в поєднанні з усіма іншими, наприклад: посилити контраст по всьому зображенню)	

Закінчення табл. 10.3

Окреслення і призначення	Зразки застосування
Попрацювати над деталями в напівтонах	П/Т
Попрацювати над деталями в тонах	Т
Попрацювати над деталями у світлі	L

Місце знака. Якщо треба виправити все зображення, знак ставлять під ним, а якщо окремі ділянки – на найближчому до ділянки полі й від нього тягнуть лінію до межі або кружка на зображенні, що позначає ділянку, яка виправляється.

Кольори знаків. Чорний на кольорових одноколірних і багатоколірних зображеннях, червоний – на чорних.

При перегляді відбитків репродукованих фотографій треба звіряти репродукцію з оригіналом, бо інколи зображення роблять дзеркальним, а помітити такий недолік без оригіналу важко.

Нерідко відбитки репродукцій випереджають коректурні відбитки набору, тому що друкарня приступає до верстання, отримавши підтвердження від видавництва про відсутність зауважень стосовно якості репродукування. Тоді технічний редактор робить так зване розклеювання – наклеює вирізані відбитки репродукцій на стандартні аркуші паперу (від 210×297 до 203×288 мм) у порядку їхніх номерів і передає на підпис редакторові й художньому редакторові. Ті підписують розклеювання, вносячи при потребі виправлення.

Зверстані аркуші нерідко надходять до видавництва без вставлених на місце відбитків ілюстрацій, форми яких переробляються на зауваження видавництва. Поки в аркуші не будуть вклеєні перевірені відбитки цих ілюстрацій, краще не підписувати їх на звірення або до друку, а домагатися комплектності верстки, щоб не було непорозумінь на наступному етапі або помилок у надрукованій книзі.

Не можна підписувати пробні відбитки для виготовлення друкарських форм або до друку, коли вони надходять окремо від коректурних відбитків набору й без своїх оригіналів. Це викличе грубі помилки в зображенні й неузгодженість тексту та репродукції.



11.1. ОСНОВНІ ВИДИ ПАПЕРУ

Друкарський папір для книг відрізняється від паперу для листів, пакування та від інших його видів тим, що повинен не тільки мати добротні споживчі якості, а й відповідати специфічним вимогам технологічного процесу друкування.

В основу класифікації асортименту друкарського паперу покладено одну з трьох ознак: спосіб друку, характер видання, технологія виготовлення.

За способом друку розрізняють папір для високого друку (типографський), офсетний, для глибокого друку; за характером видань – книжково-журнальний; за технологією виготовлення – з нейтральною проклеюю, із сульфатної целюлози, крейдяний. У назві можуть бути присутні дві ознаки «папір офсетний із сульфатної целюлози», або три – «папір крейдяний книжково-журнальний для офсетного друку».

Поряд із друкарським папером для виготовлення книг нерідко використовуються й інші види паперу – газетний, картографічний, папір для писання тощо, які відповідно до міжнародної класифікації в номенклатуру друкарського паперу не входять.

Папір для високого друку

Для точної передачі всіх графічних елементів при високому друкуванні необхідно, щоб папір мав рівну гладеньку поверхню й рівномірну структуру. Папір має легко деформуватися під тиском у процесі друкування, щоб забезпечити повний контакт зі всіма друкарськими елементами, при цьому не повинен утворюватися рельєф на тильному боці аркуша.

Зворотний рельєф погіршує якість двобічного друку. Таким чином, основними вимогами, що висовуються до паперу для високого друку, є достатня гладкість поверхні та м'якість, що забезпечує більший контакт його з друкарськими елементами форми. Окрім цього, рівномірна структура зумовлює добре сприйняття фарби та закріплення її на поверхні паперу.

Папір для високого друку слабо проклеюють, бо під час друкування він не контактує з водою. Для підвищення пластичності, капілярності та непрозорості до паперу вводять наповнювач. Папір № 1 і 2 містить 16–23 %, а № 3 – 10–16 % наповнювача, бо пластичність його підвищується за рахунок деревної маси.

Тонкий папір призначений для словників, довідників та інших об'ємних видань, котрі мають бути компактними. Щоб зменшити прозорість тонкого паперу, до нього вводять приблизно 20 % наповню-

вача (каоліну та двоокису титану). Щоб стабілізувати підвищений вміст наповнювача та збільшити міцність тонкого паперу, волокна целюлози після розмелювання добре проклеюють. Щоб ще більше збільшити механічну міцність тонкого паперу, до його складу вводять 25–30 % текстильної напівмаси або відбіленої сульфатної целюлози (табл. 11.1). Мала товщина паперу зменшує його цупкість і щільність, внаслідок чого він провисає і мнеться.

Таблиця 11.1

Технічні вимоги до книжково-журнального паперу
для високого друку

Показники	Папір № 1					Папір № 2			
	Марка А			Марка В		Марка А		Марка В	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Масова частка волокна, %									
Целюлоза сульфатна хвойна білена, не менше	80	80	70	–	–	80	80	50	50
Целюлоза сульфатна хвойна не білена, не менше	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Целюлоза сульфатна хвойна білена, не більше	–	–	20	35	35	–	–	–	–
Целюлоза сульфатна білена листяна, не більше	20	20	10	–	–	–	–	–	–
не менше	–	–	–	65	65	–	–	–	–
Деревна маса біла, не більше	–	–	–	–	–	20	20	50	50
Маса 1 м ² (г)	60+2,5 70+3,0 80+3,0	60+2,5 70+3,0	60+2,5 70+3,0	60+2,5 70+3,0	60+2,5 70+3,0	60+2,5 70+3,0	60+2,5 70+3,0	62+2,5	62+2,5

Продовження табл. 11.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Густина (г/см ²)	0,75–0,85	0,85–0,95	0,90–1,00	0,75–0,85	0,85–0,95	0,70–0,80	0,80–0,90	0,67–0,77	0,80–0,90
Середня розривна довжина паперу за двома напрямками, м, не менше:									
Рулонного	2300	2300	2300	2400	2400	2200	2200	2000	2000
Аркушевого	2100	2100	2100	2200	2200	2000	2000	1800	1800
Злам (кількість подвійних перегинів у поперечному напрямку), не менше	4	4	4	5	5	3	3	2	2
Масова частка золи, %	16–20	16–20	16–20	18–23	18–23	16–20	16–20	15–19	15–29
Гладкість з лицьового та зворотного боків, с	35–80	120–300	300–500	35–80	150–300	35–80	200–400	16–20 35–80	100–250 150–300
Засміченість (кількість смітинок площею 0,1–0,5 мм ² на 1 м ²), не більше	130	100	100	130	130	2500	2500	300	300
Смітинки площею 0,5 мм ²	Недопустимі								
Білість, % без оптично-відбіленої речовини, не менше	78	78	78	76	76	72	72	66	66

Закінчення табл. 11.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
З оптично-відбіленою речовиною	–	84	84	78	78	–	–	–	–
Масова частка вологи, %	6,0+0,6	6,0+1,0	6,0+1,0	6,0+1,0	6,0+0,6	6,0+1,0	6,0+1,0	6,0+1,0	7,0+1,5
Різниця в межах норми білості лицьового та зворотного боків паперу з оптично-відбіленою речовиною, %, не більше	–	3,0	3,0	–	–	–	–	–	–

Офсетний папір

При офсетному друкуванні фарба переноситься з форми на відбиток через гумову офсетну пластину, деформація якої компенсує нерівності паперу. Тому в офсетному друкуванні можна використовувати менш гладкий і м'який папір, ніж у високому. Особливість офсетного способу друку полягає в необхідності зволоження пробільних елементів друкарської форми, тому офсетний папір має бути стійким до дії води і відпо-відно мати підвищений ступінь проклейки (1,25...1,75 мм) за штриховим способом.

Офсетний папір має відповідати підвищеним вимогам міцності до поверхні, бо він контактує з гумовою пластиною і липкими офсетними фарбами (табл. 11.2). При недостатній міцності поверхні може відбуватися висмикування волокон і частинок наповнювача, що прилипають до офсетної пластини, змішуються з фарбою і зумовлюють дефект відбитка. З цієї причини вміст наповнювача в офсетному папері не перевищує 14–15 %. Ефективним способом проти пилоутворення та висмикування волокон є поверхнева проклейка офсетного паперу.

Таблиця 11.2

Технічні вимоги до паперу для офсетного друку

Показники	Папір № 1				Папір № 2	
	Марка А	Марка Б	Марка В	Марка Г	Марка А	Марка Б
1	2	3	4	5	6	7
Масова частка волокна, %						
1) целюлоза білена сульфатна, не менше	75	75-78	75	100	50	50
2) целюлоза білена сульфатна, не більше	25	25-15	25	—	—	—
Деревна маса біла чи білена, не менше	—	—	—	—	50	50
Маса 1 м ² , г	70±2,5 80±3 100±4 120±4	60±2,5 — — —	70±2,5 80±3 100±4 120±4	160±5 220±7 240±7 —	75±3 90±4 100±4 —	60±2,5 — — —
Густина, г/см ³ Для паперу масою 1м ² до 160 г, не менше	0,80	0,78	0,75	—	0,70	0,70
Для паперу масою 1м ² понад 160 г, не менше	—	—	—	0,80	—	—
Середня розривна довжина аркушевого паперу, м, у двох напрямках, не менше	2500	—	2300	2300	2200	—
Рулонного у повздовжньому напрямку	—	3500	—	—	—	3000

Продовження табл. 11.2

1	2	3	4	5	6	7
У двох напрямках	2600	—	2500	—	2200	—
Злам (кількість подвійних перегинів у поперечному напрямку), не менше	8	10	7	8	3	3
Проклейка, мм	1,25-1,75	—	1,25-1,75	1,25-2,00	1,25-1,75	—
Білість, %						
Без оптичного відбілювача, не менше	78	78	78	78	—	—
З оптичним відбілювачем, не менше	83	83	83	83	—	—
З білою деревною масою, не менше	—	—	—	—	65	65
Різниця показників білості лицьового та зворотного боків паперу, %, не більше	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Масова частка золи, %	10-14	12-15	10-14	10-14	8-12	8-12
Гладкість, с	80-150	40-110	30-80	30-80	80-170	80-170
Деформація в поперечному напрямку після намочування у воді протягом 30 хв., %, не більше	+2,2	+2,2	+2,2	+2,2	+2,1	+2,1

Закінчення табл. 11.2

1	2	3	4	5	6	7
Засміченість (кількість смітинок площею 0,1–0,5 мм ² на 1 м ²), не більше	100	120	120	120	300	300
Масова частка вологи, %	5,0–7,0	5,0–7,0	5,0–7,0	5,5–7,0	5,5–8,0	6,0–8,0

Картографічний папір. Використовують для друкування географічних, топографічних і гідрографічних карт. Їх друкують офсетним способом, тому картографічний папір має відповідати всім вимогам офсетного паперу та особливостям виготовлення й використання карт.

Небажано, щоб картографічний папір був пластичним. Ця властивість у поєднанні з еластичністю гумової поверхні може спричинити розтискування растрових крапок і спотворення друкарських елементів.

Характерні властивості картографічного паперу:

1) висока механічна міцність, стійкість до багаторазового згинання (витримує 150...300 подвійних згинів);

2) папір для гідрографічних і топографічних карт повинен витримувати багаторазове нанесення та стирання графічних позначок олівця;

3) гладкість паперу 80...140 с дає змогу виконувати тонкі графічні роботи;

4) стійкість до дії води (проклейка не менше 1,75 мм);

5) мала засміченість поверхні (смітинки можна помилково вважати за географічні або топографічні знаки);

6) висока світлостійкість.

Картографічний папір виготовляють трьох марок: марка А – для гідрографічних карт; Б – для топографічних, географічних карт і атласів; В – для топографічних, географічних карт і навчальних атласів. Картографічний папір марок А, Б, В містить 80, 90 і 100 % целюлози деревної біленної; папір марок А і Б – 20 і 10 % целюлози бавовняної.

Газетний папір призначений для друкування газет, брошур, що виходять масовим накладом, високим і офсетним способом друку. Він має бути міцним, добре сприймати фарбу і забезпечувати швидке її закріплення на поверхні. Тому пористість газетного паперу має складати приблизно 60 % (табл. 11.3).

Таблиця 11.3

Технічні вимоги до газетного паперу

Показники	Норми для марок	
	А	В
Маса 1 м ² , г	51±2,5	51±3
Густина, г/см ³ , не менше	0,59	0,57
Розривна довжина паперу у напрямках, м, не більше		
рулонного	3000	2700
аркушевого	2200	2200
Гладкість зворотного боку, с, не менше	45	30
Засміченість (кількість смітинок площею 1,5–2,0 мм ² на 1 м ²), не більше	8	20
Смітинки площею понад 2 мм ²	Недопустимі	
Масова частка золи, %, не більше	5	5
Масова частка вологи, %	8±2	8±2

Газетний папір виготовляють з 75 % деревної маси або з 100 % термомеханічної деревної маси. Папір не проклеюють, бо він не потребує підвищеної водостійкості. Однак він має певний вміст природної проклейки від смоли, що є у волокнах деревної маси. Для підвищення білості та гладкості газетного паперу до нього вводять наповнювач, але не більше 5 % зольності, щоб не сприяти пилоутворенню та зменшенню міцності паперу.

Великі пори в структурі газетного паперу зумовлюють невисокий ступінь гладкості, тому ілюстрації в газетах друкуються з невисокою лініатурою раstra (24 лін/см).

Газетний папір виготовляють у рулонах і аркушах. Рулонний папір витримує в ротаційних машинах значні зусилля розтягу. Тому для газетного паперу встановлена підвищена норма вологості – близько 8 %, що збільшує значення розтягу і зменшує електризацію та пилоутворення.

Невисокі вимоги до якості зображень у газеті, малий термін її використання дають змогу друкувати на газетному папері як високим, так і офсетним друком.

Папір для глибокого друку

Особливість способу глибокого друку полягає в тому, що друкарські елементи форми заглиблені, і папір на момент друкування контактує з пробільними елементами. Щоб з друкарських елементів рідка фарба повністю переходила на папір і не затікала у проміжки, папір має щільно прилягати до пробільних ділянок твердої металевої форми й частково втискуватися в заглибини друкарських елементів. Тому необхідно, щоб папір для глибокого друку мав гладку рівну поверхню, був м'яким, еластичним і стійким до тертя. Наявність у папері твердих смітинок, що можуть пошкодити друкарську форму, є недопустимою.

Папір для глибокого друку має підвищену зольність – не менше 20%. Підвищений вміст наповнювача поліпшує структуру паперу й забезпечує рівномірний просвіт, зменшує його прозорість і скручування, дає змогу отримати при каландруванні рівний, гладкий папір. Папір для глибокого друку майже не проклеюється, за винятком, коли він призначений для друкування художніх поштових листівок (табл. 11.4).

Таблиця 11.4

Вимоги до книжково-журнального паперу глибокого друку

Показники	Папір № 1		Папір № 2
	Марка А	Марка Б	
1	2	3	4
Масова частка волокна, %, не більше			
целюлоза сульфїтна білена	100	100	60
хвойна деревна маса біла	–	–	40
Маса 1 м ² , г	75 ± 3 100 ± 4 120 ± 5	75 ± 3 100 ± 4 120 ± 5	75 ± 3 100 ± 4 120 ± 5
Густина, г/см ³			
для паперу масою 1 м ² до 220 г	0,95–1,10	0,95–1,10	–
для паперу масою 1 м ² 220 г	–	–	0,8
Середня розривна довжина паперу у двох напрямках, м, не менше			
рулонного	2200	2100	2100
аркушевого	1900	2200	1900

Закінчення табл. 11.4

1	2	3	4
Згин у поперечному напрямку, не менше	5	8	2
Проклейка, мм: папір масою 1 м ² до 220 г папір масою 1 м ² 220 г	0,25–0,75 –	0,25–0,75 –	0,25–0,75 –
Гладкість, с	300–650	300–600	150–400
Масова частка золи, %	20 ± 2	20 ± 2	18 ± 2
Вбирна здатність, с	20–35	11–30	15–35
Засміченість (кількість смітинок на 1 м ²), площею 0,1–0,5 мм ² , не більше	100	200	300
площею понад 0,5 мм ²	Недопустимі		
Білість, %, не менше з оптичним відбілювачем	84	–	–
без оптичного відбілювача	76	76	70
Різниця показників білості лицьового та зворотного боків, %, не більше	1,5	1,5	1,0
Масова частка вологи, %	5,5 ± 1	6 ± 1	6 ± 1

Крейдяний папір

Крейдяний папір – це папір-основа з нанесеним на нього покривним шаром білих пігментів і клейких речовин, що заповнюють нерівності його поверхні. Крейдяний папір має найбільшу білість і гладкість (табл. 11.5). Це дає змогу друкувати на ньому високохудожні ілюстрації при малій товщині фарбового шару. Для високого та офсетного способів друку використовуються, здебільшого, швидкозакріплювальні глянцеви фарби.

Крейдяний книжково-журнальний папір призначений для друкування книг і журналів на рулонних офсетних машинах, оснащених сушильними пристроями. Середня якість цього паперу для обробки й міцності поверхні, білості й рівномірності структури обмежує можливість його використання для друкування багатоілюстрованих книжкових видань із накладенням фарб. Папір може бути використаний для багатоколірних ілюстраційно-текстових видань середньої складності.

Таблиця 11.5

Технічні вимоги до крейдового паперу

Показники	Норми для паперу марок		
	ДВ	ДО	ДЧ
Маса, %	120, 250, 140	120, 140, 25	120, 140
Гладкість, с, не менше	750–1500 400–900	600–1500 400–900	750–1500
Кількість раковин на 10 мм ² , не більше	25	30	25
Білість, %, не менше	84	84	86
Покриття	Двобічне		
Засміченість (кількість смітинок на 1 м ² площею 0,1–0,25 мм ²), не більше	100	100	100
зокрема смітинок круглої форми площею понад 0,25–1,0 мм ² , не більше	80	80	90
смітинки площею понад 1,0 мм ²	2	2	2
Лінійна деформація після намочування в поперечному напрямку, %, не більше	–	6,0–9,5	6,0–9,5
Смітинки площею понад 2 мм ²	Недопустимі		
Стійкість поверхні до висмикування, м/с, не більше	1,8	2,0	2,2
Масова частка вологи, %	3,5–5,5 4,0–6,0	3,5–5,5 4,0–6,0	3,5–5,5

Крейдовий універсальний папір – папір з одноразовим нанесенням крейдового покривного шару на кожний бік паперу-основи, що визначає недостатньо високий рівень гладкості, глянце, міцності поверхні й білості. Папір може бути використаний для друкування нескладних ілюстраційних та ілюстраційно-текстових книжкових видань на аркушевих машинах високого й офсетного друку.

Залежно від товщини покривного шару виготовляють папір з повним покриттям (маса покривного шару – 20...25 г/м²) масою 100...250 г і з напівпокриттям (маса покривного шару – 7...10 г/м²) масою 1 м² 60...80 г.

Папір з повним покриттям може бути одноразового або дворазового крейдування. Дворазове крейдування не тільки підвищує гладкість і сприймання фарби папером, але й поліпшує зовнішній його вигляд. Папір з дворазовим крейдуванням поділяють на марки: ДО – для офсетного друку, ДВ – для високого друку, ДГ – для глибокого друку та ДЧ – для високого та офсетного друку на чотирифарбових машинах.

Синтетичний папір

Майже дві тисячі років рослинні волокна були незамінними при виготовленні паперу. Однак при всіх своїх перевагах папір із рослинних волокон має ряд недоліків: невисоку механічну міцність у сухому та особливо у вологому стані. При підвищеній вологості повітря папір набрякає та деформується, поверхня його стає хвилюватою. Окрім цього, він швидко старіє та піддається впливу мікроорганізмів.

Повна чи часткова заміна целюлозних волокон синтетичними надає паперу нові, цінні властивості: мінімальну лінійну деформацію при зволоженні, біостійкість, негорючість, довговічність, підвищену механічну міцність, стійкість до дії світла та коливань кліматичних умов.

Сьогодні в Україні та за кордоном уже є різні види синтетичного друкарського паперу. Для його виготовлення застосовують поліамідні, поліефірні та інші волокна. Введення 50 % поліамідних волокон у масу з біленою сульфатною целюлозою дало змогу збільшити міцність паперу при розриві майже в десять разів, а міцність при згині – у п'ятдесят разів. Картографічний папір, у складі якого 60 % целюлози замінено поліефірними волокнами, не деформується при зволоженні та зберігає практично незмінні механічні властивості. Однак обмежене застосування синтетичного паперу визначається високою ціною, що пояснюється складністю його виробництва. Застосування синтетичного паперу виправдане тоді, коли його особливості вкрай необхідні і незамінні. Тому синтетичний папір використовують переважно для друкування топографічних і географічних карт, художніх репродукцій, креслень і документів, банкнот, а також у виробництві міцного палітурного матеріалу.

Папір для виготовлення цінних паперів

Для виробництва цінних паперів – друкування банківських чеків, грошових знаків, кредитних білетів – використовують папір високої якості. Він повинен відповідати суворим технологічним вимогам: бути довговічним, стійким до дії навколишнього середовища, міцним на розрив та згин, мати захист від фальсифікування.

Паперова основа є елементом захисту, особливо грошових знаків. Певним чином склад волокнистого матеріалу може забезпечувати необхідну зносостійкість, особливі ефекти хрустіння майбутніх банкнот тощо. У Росії основою банкнотного паперу є бавовна, у Німеччині для цього використовують чисту масу з ганчір'я, американський банкнотний папір виготовляють з композиції, три четверті якої становить бавовна, а одну – льон. Кожна країна тримає в таємниці точний склад композиції волокон і навіть місце вирощування рослин, що є сировиною.

Папір для виготовлення цінних паперів іноді підфарбовують спеціальними люмінесцентними речовинами. Під УФ-променями такий

папір має інтенсивний біло-блакитний колір. Це дає змогу визначити, де цінний, а де фальшивий папір, окрім цього, уникнути підробки цінних паперів шляхом фотокопіювання.

У деяких країнах, щоб продовжити строк служби цінних паперів та запобігти їх підробці, до паперу додають незначну кількість свинцю й міді, хоча наявність у банкнотному папері цих металів зумовлює виникнення деяких небажаних проблем, пов'язаних, у першу чергу, з утилізацією старих банкнот. У банкнотному папері вміст токсичних металів переважає допустимі норми. Знайти відповідне повторне застосування величезній кількості старих грошових знаків і досі ще не вдалося. Тому в багатьох країнах, як і раніше, їх спалюють на спеціальних звалищах.

Одним із способів захисту цінних паперів, що ґрунтується на його фізико-хімічних властивостях, є водяні знаки. Раніше, коли папір виготовляли вручну, на натягнуту сітку виливали рідку паперову масу. На сітці шовком чи дротом вишивали малюнок. При відливанні паперова маса накладалася на рисунок більш тонким шаром. Коли аркуш висихав, на його поверхні утворювався невидимий рельєф. Побачити його можна було тільки дивлячись на аркуш проти світла: на більш темному тлі виникало чітке світле зображення – водяний знак. Створення об'ємного зображення на сітці вимагало роботи художника.

Нині поширена технологія виготовлення водяних знаків за допомогою тонкого дроту, нанесеного на дротяну сітку папероробної машини. Для отримання водяних знаків у вигляді суцільного малюнка на папероробній машині необхідно мати спеціальний валик. Поверхня валика вкрита дротяною сіткою з об'ємним зображенням, що витискується на м'якій паперовій масі, котра рухається під валиком на сітці папероробної машини. Під тиском валика шар паперових волокон тоншає, і у цьому місці папір просвічується. Так утворюються водяні знаки.

Форзацний та палітурний папір

Асортимент форзацного паперу (ГОСТ 6742-79. «Бумага форзацная. Технические условия») включає дві марки – О та А. Марка О – білий папір, призначений для форзаців, що задруковують; марка А – білий та пофарбований у кольори слабкої інтенсивності – для форзаців, що не задруковують. Форзацний папір марки О випускається масою 1 м² 100, 120, 140, 160 г, марки А – 100, 120, 140, 160, 180 г. Форзацний папір підвищеної маси 1 м² (140, 160, 180 г) призначений для видань великого формату й об'єму. З урахуванням призначення у форзацного паперу марки О краща якість обробки поверхні й більш висока міцність. За узгодженням зі споживачем форзацний папір може бути виготовлений з тисненням.

Палітурний папір (ГОСТ 20283-89. «Бумага обложечная. Технические условия») поданий двома марками – А і О. Папір обох марок виготовляється машинної гладкості, каландрований та з тисненням, білий і кольоровий.

Палітурний папір марки А, призначений для виготовлення м'яких обкладинок для покриття звичайного, в розпуск і в накидку, постав-ляється масою 1 м² 160, 180, 200, 240 г; палітурний папір марки О, призначений для виготовлення цільної та складової палітурки масою 100, 120, 140 г.

Перелік основних постачальників паперу наведено в додатку В.

11.2. НОРМАТИВИ ЯКОСТІ ПАПЕРУ І ЙОГО ПЕРЕВІРКА

Якість паперу оцінюється стандартними технічними показниками, що характеризують його споживчі й друкарсько-технологічні властивості.

У складі цих показників маса 1 м² паперу, товщина, щільність, гладкість поверхні, розривна довжина, міцність на злам, ступінь проклейки, білість, лінійна деформація при зволоженні, вологість, зольність, стійкість поверхні до вищипування, непрозорість, стійкість до впливу світла й ін.

Одні з названих показників нормуються для всіх видів паперу, інші – диференційовано, з урахуванням призначення й технології переробки паперу. Зупинимось лише на тих, котрі є певним орієнтиром на першому етапі роботи над книгою: маса 1 м², щільність, товщина, гладкість, міцність, проклейка, білість, рівномірність структури.

Нормативи маси 1 м² друкарського паперу змінюються від 50 до 240 г з перепадом 5–10 г. Допустимі коливання маси в обидва боки від номіналу не мають перевищувати 2–3 %. Чим вища якість паперу, тим менший інтервал зміни маси 1 м². Маса 1 м² паперу перевіряють за ГОСТ 13199-94. «Полуфабрикаты волокнистые, бумага и картон. Метод определения массы продукции площадью 1 м кв.» за допомогою вагів. Розмір проби 200 × 250 мм.

Товщина нормується для паперу з покриттям, тобто крейдяного. Для інших асортиментів паперу нормується щільність (об'ємна маса). Обидва показники оцінюють за ГОСТ 27015-86. «Бумага и картон. Методы определения толщины, плотности и удельного объема». Товщину вимірюють на товщинувимірі з точністю до 0,001 мм.

Щільність розраховують, ділячи масу 1 м² паперу в грамах на товщину аркуша паперу в мікрометрах. *Щільність* – кількість маси в одиниці об'єму – виражається в грамах на кубічний сантиметр. Це надзвичайно

важливий структурний показник. Деякою мірою щільність характеризує пористість паперу і його вбираючу здатність. Чим вища щільність, тим менша пористість і вбираюча здатність. При рівному ступені обробки щільність нижча у папері, що містить механічну деревну масу. Так, щільність офсетного паперу № 1 складає 0,75–0,85 г/см³ а № 2 – 0,65–0,75 г/см³, ще нижча щільність газетного паперу – 0,57–0,60 г/см³.

Каландрування ущільнює структуру паперу. Щільність каландрованого чисто целюлозного паперу складає 0,85–0,95 г/см³, висококаландрованого – 0,95–1,10 г/см³. Папір із щільністю вище 1,0 г/см³ прийнято вважати підвищеною щільністю, від 0,8 до 1,0 г/см³ – щільним, від 0,7 до 0,8 г/см³ – середньої щільності, від 0,6 до 0,7 г/см³ – зниженою й менше 0,5 г/см³ – пухкої з підвищеною пористістю. Для характеристики пористої структури паперу іноді використовується поняття «пухкість» – величина, зворотна щільності.

Гладкість паперу характеризує якість обробки її поверхні й певною мірою визначає її «роздільну здатність», тобто здатність передавати роздільно найтонші близько розташовані лінії, крапки та їхні комбінації. Оцінюється гладкість паперу за допомогою пневматичного апарата Бокка за ГОСТ 12795-97. «Бумага и картон. Метод определения гладкости (метод Бокка)». Характеристикою є час, необхідний для проходження певної кількості повітря між скляною відполірованою площиною та поверхнею паперу. Саме тому гладкість виражається в секундах. Чим більше часу потрібно для проходження повітря, чим щільніший контакт паперу зі скляною площиною, тим вища гладкість паперу. Показник низької гладкості 20 с і менше.

Регламентовані нормативи гладкості: для паперу машинної гладкості – 30–80 с, каландрованого – 100–250 с, висококаландрованого – 50–500 с, суперкаландрованого – від 900 с і вище.

Нижня межа гладкості лімітована роздільною здатністю матеріалу, верхня – швидкістю закріплення фарби.

Папір, як елемент книги, повинен мати певну міцність, щоб витримати великі навантаження у друкарській машині й особливо в паперопровідній системі рулонних машин. Крім того, має бути гарантованою й міцність книг у процесі їхньої експлуатації. Якщо в друкарській машині папір зазнає навантаження в основному на розрив, то під час використання книги – на злам.

Міцність паперу на розрив прийнято характеризувати розривною довжиною. Так називають розрахункову довжину смужки паперу, при якій вона, будучи вільно підвішеною за один кінець, розірветься в точці підвішування від власної ваги. Виражають розривну довжину в метрах і визначають за допомогою динамометрів за ГОСТ 13525.1-79. «Полуфабрикаты волокнистые, бумага и картон. Методы определения прочности на разрыв и удлинения при растяжении».

Міцність паперу на злам характеризується кількістю подвійних перегинів, які може витримати папір до його розриву. Кількість подвійних перегинів визначають на фальцапараті за ГОСТ 13525.2-80. «Полуфабрикаты волокнистые, бумага и картон. Метод определения прочности на излом при многократных перегибах».

Проклеюють друкарський папір для того, щоб зменшити чутливість його до вологи. *Проклейка* потрібна насамперед офсетному паперу, що піддається зволоженню в процесі друкування. Точне поєднання фарб під час багатоколірного друкування, стабільність лінійних розмірів, що забезпечує збереження графічної точності зображення, відсутність вищипування волокон з поверхні паперу при його взаємодії з фарбою пов'язані з певним ступенем проклейки паперу.

Ступінь проклейки оцінюють за ГОСТ 8049-62. «Бумага. Штриховой метод определения степени проклейки», наносячи на випробовуваний папір чорнилом ряд штрихів, що послідовно товщають. Ширина останнього штриха, що не розплився на папері й не пройшов на зворотній бік аркуша, визначає ступінь проклейки, виражену в міліметрах.

За діючими нормативами розрізняють папір природної проклейки – менше 0,25 мм (папір газетний), малого ступеня проклейки – 0,25–0,75 мм (папір для глибокого друку), середнього ступеня проклейки – 0,8–1,20 мм (папір форзацний) і високого ступеня – 1,2–2,0 мм (папір офсетний, картографічний, палітурний).

Білість паперу – це властивість більш або менш розсіяно відбивати світло по всій видимій частині спектра. Ступінь білості визначається коефіцієнтом відбиття, тобто відношенням кількості розсіяно відбитого від паперу світла до кількості падаючого.

Білість паперу визначає контрастність друкованого зображення (його інтервал яскравості) і чистоту кольорів фарб, що використовуються для відтворення багатокольорових оригіналів. Оцінюється білість паперу відповідно до ГОСТ 7690-76. «Целлюлоза, бумага и картон. Метод определения белизны» за допомогою фотометрів або спектрофотометрів і виражається у відсотках. Білість газетного паперу не перевищує 60 %, офсетного паперу – 83 %. Найбільш висока білість паперу (85–95%) досягається за допомогою спеціальних оптично відбілюючих речовин. З позицій зручності читання книги оптимальна білість паперу складає – 70–80 %.

Рівномірність структури паперового полотна оцінюють, розглядаючи папір на просвіт. Стандартної кількісної оцінки даного показника немає, однак у всіх стандартах на друкарський папір зазначається, що просвіт паперу має бути рівномірним. Якщо розглядати аркуш паперу на просвіт, то дуже часто можна легко виявити так звану «хмарність», обумовлену неоднаковою концентрацією волокон на різних ділянках паперу. На

папері із сильно вираженою «хмарністю» друкарська фарба розподіляється нерівномірно, штрихові й растрові елементи виходять порваними, заливні фони – плямистими.

11.3. ВИБІР ТА РОЗРАХУНОК ПАПЕРУ ДЛЯ КНИЖКОВОГО ВИДАННЯ

Вибір виду паперу для основної частини видання й обкладинки

Вибір паперу для того чи іншого видання має не лише художню й технічну складову, але й економічну. Ціна паперу сьогодні складає 50–70 % собівартості видань, і це слід ураховувати видавцям, добираючи папір для виготовлення тієї чи іншої продукції, оскільки необхідну якість видання їм потрібно забезпечити з мінімальними затратами.

До паперу книжкової продукції особливі вимоги пред'являють і читачі, і видавці, і друкарі. У першу чергу вони звертають увагу на естетичні якості паперу – відтінок і текстуру поверхні, що створюють необхідний комфорт, емоційний фон під час читання, забезпечують якісну читабельність тексту. Певний відтінок паперу покращує сприйняття інформації (наприклад, блакитно-білий у повноколірних ілюстрованих виданнях), непрозорість мінімізує просвічування, міцність збільшує довговічність видання.

Основною технічною вимогою до паперу, призначеного для виготовлення книжок тривалого використання, є пропорційність його товщини й компактність видання, а також відповідність розміру книжкового блока естетично запроектованій палітурці чи обкладинці. Папери великої товщини більше підходять для дитячої літератури, особливо казок, малої – для довідників та енциклопедій.

У разі безниткового скріплення папір разом із клеєм має добре утримувати зв'язок між аркушами книжкового блока, а в разі зшивання нитками – бути достатньо міцним, щоб витримувати напруження, створюване нитками.

Для журнальної продукції використовують дуже різноманітний асортимент паперів: від звичайних до високоякісних, залежно від призначення, масою 1 м² від 130 до 180 г – залежно від терміну зберігання й типу видання.

Щодо якості газетного паперу вимоги нижчі. Останнім часом газетний папір все більше удосконалюється: стає більш глянцеvim, міцним, зменшується різниця між лицьовим та зворотним боком тощо. Всі ці перетворення здійснюються для друкування кольорових газетних видань.

При виборі паперу для основної частини книжкового видання враховують: тип видання; рекомендації ГСТУ та ТУ для цього типу видання; термін використання; спосіб друку; характер ілюстрацій; обсяг; наклад; категорію читача; вимоги до економічних параметрів видання; технічні можливості друкарні.

Вибір паперу для того чи іншого видання залежить, у першу чергу, від типу, характеру й виду продукції, а вже потім – від способу друку. Проте друкарсько-технічні властивості паперу є необхідною передумовою всього комплексу якісних показників видання.

Основні властивості паперу оцінюються за такими параметрами:

- розмірно-структурні – форматом, товщиною, щільністю, масою 1 м², шорсткістю (гладкістю) поверхні, пористістю;
- композиційні – складом волокон, наповнювачів, барвників;
- фізико-механічні – міцністю на стиснення, на злам, під час розтягування, розривною міцністю; жорсткістю; опором продавлюванню, згинанню, роздиранню;
- оптичні – білістю, відтінком, глянцем, непрозорістю;
- гідрофільні та гідрофобні – ступенем проклейки, всотувальною здатністю (поверхневою вбирністю), вологостійкістю (водонепроникністю), гігроскопічністю (водовбиранням), деформацією при зволоженні, відносною вологістю;
- хімічні – кислотністю, лужністю.

До найголовніших друкарсько-технічних показників, що визначають вибір паперу для видання, належать: маса його площі 1 м², щільність, гладкість, білість, ступінь проклейки, розривна міцність, деформація при зволоженні та висушуванні. Використовуються й інші специфічні критерії, наприклад: стійкість до агресивного середовища, вологостійкість, поверхнева міцність, або такі, що характеризують взаємодію паперу і фарби.

Для виготовлення багатокольорової ілюстраційно-текстової продукції, розрахованої на тривалий термін використання, на рулонних машинах офсетного друку рекомендується обирати офсетний папір № 1 марки А на основі біленої целюлози хвойних і листяних порід деревини масою 1 м² (70±2,5) г, білістю 75–80 %, гладкістю 50–80 с, вологістю 5–7 %. Для виробництва повноколірної продукції з лініатурою растру 60–80 лін./см на аркушевих машинах офсетного друку рекомендується також папір № 1, однак з дещо іншими параметрами: гладкість у межах 150–180 с, ступінь проклейки 1,75 мм, білість 83–94 %. Тиск в офсетному плоскому друкуванні незначний, тому деяка кількість наповнювачів і високий ступінь проклейки забезпечують невелику деформацію стискування, що сприяє кращому контакту паперу з офсетним гумотканинним полотнищем.

Вибір паперу за масою й товщиною визначається форматом та обсягом видання, типом друкарського обладнання, читацькою категорією, вартістю поштових і транспортних витрат на доставку книги споживачеві.

Книги великого обсягу в обліково-видавничих аркушах (словники, енциклопедії) слід випускати на тонкому папері масою 1 м² 50–60 г, великі за форматом книги відносно обмеженого обсягу (подарункові видання) – на папері масою 1 м² 140–160 г.

При виборі формату паперу слід враховувати форматний ряд друкарського обладнання друкарні, а також ту обставину, що в папері для аркушевого офсетного друку більша сторона аркуша має збігатися з машинним напрямком відливу. Найкраще для експлуатації книги, коли в книжковому блоці, форзаці й обкладинці машинний напрямок відливу паперу паралельний корінцю книги.

При виборі паперу для обкладинок необхідно керуватися призначенням палітурного паперу відповідно до ГОСТ 20283-89 «Бумага обложечная. Технические условия». Для виготовлення одноколірних і багатоколірних обкладинок без накладення фарб рекомендується палітурний папір марки А машинної гладкості масою 1 м² 160–240 г, з накладенням фарб – палітурний папір марки А тієї ж маси, але каландрований. Для суцільних і складених палітурок зі сторонками, критими папером, під час друкування однією фарбою слід використовувати палітурний папір марки О машинної гладкості масою 1 м² 100–140 г, а під час багатоколірного друку з накладенням фарб – палітурний папір марки О, каландрований масою 1 м² 100–140 г.

Розрахунок кількості паперу на видання

Для визначення кількості паперу на видання необхідні такі вихідні дані: маса 1 м² паперу, на якому передбачається друкувати книгу, формат книги, обсяг книги в друкарських аркушах, наклад видання, норми відходів паперу на технологічні потреби поліграфічного виробництва.

Визначивши площу паперового аркуша у квадратних метрах множенням його ширини на довжину й помноживши це на масу 1 м² паперу в грамах, ми отримуємо масу паперового аркуша в грамах. Помноживши цю масу на обсяг у паперових аркушах (обсяг у друкарських аркушах, поділений на 2), знаходимо кількість паперу в грамах, необхідну на один примірник книги. Додатково помноживши цю кількість на наклад видання й додавши норму відходів паперу на технологічні потреби, отримуємо кількість паперу на видання.

Отже, якщо площу паперового аркуша позначити S (м²), масу 1 м² паперу – m (г), обсяг видання в паперових аркушах – Π , наклад видання – T (прим.) і норму відходів на технологічні потреби – $K_{\text{від}}$ (г), то кількість паперу K_{Π} (т), необхідна на випуск видання, дорівнюватиме:

$$K_{\Pi} = \frac{S \cdot m \cdot \Pi \cdot T \cdot K_{\text{від}}}{2} \cdot 10^{-7} \quad (11.1)$$

При друкуванні на одному боці паперового аркуша цифра 2 у знаменнику не вводиться.

Визначити значення чотирьох перших величин для видавця-початківця неважко. Фактично це вихідні дані. Складніше з нормами відходів паперу на технологічні потреби виробництва, обумовлені технологією поліграфічного виробництва, особливостями застосованого обладнання, кольоровістю й ілюстративністю книги та іншими чинниками.

Галузеві нормативи відходів паперу розраховані на застосування паперу для друку, що відповідає стандартам і технічним умовам, способу друку, виду продукції, застосовуваному устаткуванню, формату видань із урахуванням конструктивних особливостей друкарського обладнання. При використанні непрофільних видів паперу й друку на папері іншого сорту норми відходів збільшуються. Норми відходу паперу на технологічні потреби визначає, як правило, поліграфічне підприємство при оформленні замовлення на книгу з наступним уточненням після завершення роботи. На початковому етапі, визначаючи потребу в папері, видавець може як скористатися діючими в галузі типовими нормами витрат паперу на випуск газет, книжково-журнальної продукції й образотворчої продукції під час друкування на різних машинах, а також нормами відходів паперу в брошурувально-палітурних процесах і при флатуванні. Ці та інші нормативно-технічні документи розроблені ВАТ «Український науково-дослідний інститут поліграфічної промисловості ім. Т. Г. Шевченка», їх перелік наведений у додатку Б.

Для книг норми диференційовані залежно від маси 1 м² паперу, накладу видання, способу друку, типу використовуваного друкарського обладнання, кольоровості видання й виду використовуваного паперу (папір без покриття або крейdiaний). Збільшені норми витрати паперу встановлені в тисячах квадратних метрів і в тоннах на 1 млн. умовних друкарських аркушів-відбитків, тобто приведених до формату 60 × 90 см. Якщо формат видання інший, необхідно скористатися розрахунковими коефіцієнтами.

Умови зберігання паперу

Папір – гігроскопічний матеріал, що легко сприймає й віддає вологу. Тому він повинен бути упакований у вологонепроникний матеріал і зберігатися при дотриманні певних умов.

Папір у рулонах варто зберігати в упаковці на торцях у закритих опалювальних складських приміщеннях (у неопалюваних – не більше місяця, під відкритим небом, навісом або брезентом – не допускається);

в аркушах – в упаковці, в опалювальних складських приміщеннях (не допускається під відкритим небом, навісом або брезентом); у м'яких стосах або пачках – на стелажах; у щитах – можна безпосередньо на підлозі в кілька рядків.

Рулонний папір, що зберігається в неопалюваних складських приміщеннях і призначений для нарізки на аркуші в цеху підготовки паперу, має вилежуватися в упаковці не менше двох діб для температурної акліматизації.

Канали придбання паперу

Придбати папір можна безпосередньо на підприємстві, котрі його виробляють або скористатися послугами посередницьких фірм. Останнім часом папір стали продавати й окремі поліграфічні підприємства.

Дуже ненадійною є купівля паперу на чорному ринку й за зразком. Обставини, однак, змушують іноді користуватися й цими каналами. Щоб виключити небажані наслідки, пов'язані з непридатністю паперу для конкретного технологічного процесу, низьким рівнем його якості або закінченням строку його зберігання, краще до оформлення угоди скористатися послугами акредитованого іспитового центру, або вимірювальної лабораторії, де можна отримати консультацію чи висновок про якість паперу й можливі сфери його застосування. Адреси і контактні телефони таких центрів і лабораторій друкують наші провідні журнали «Друкарство», «Палітра друку», «Упаковка» та ін.

Придбання паперу про запас виправдане за наявності оптимальних умов для зберігання. При цьому зберігати папір, що містить механічну деревну масу, не треба більше року, крейдяний – більше двох років і № 1 – більше трьох років.

В останні роки не внесено серйозних змін у структуру асортименту друкарського паперу, що випускається українськими та російськими підприємствами. Можна лише відзначити майже повне припинення виробництва крейдяного паперу і паперу для глибокого друку.

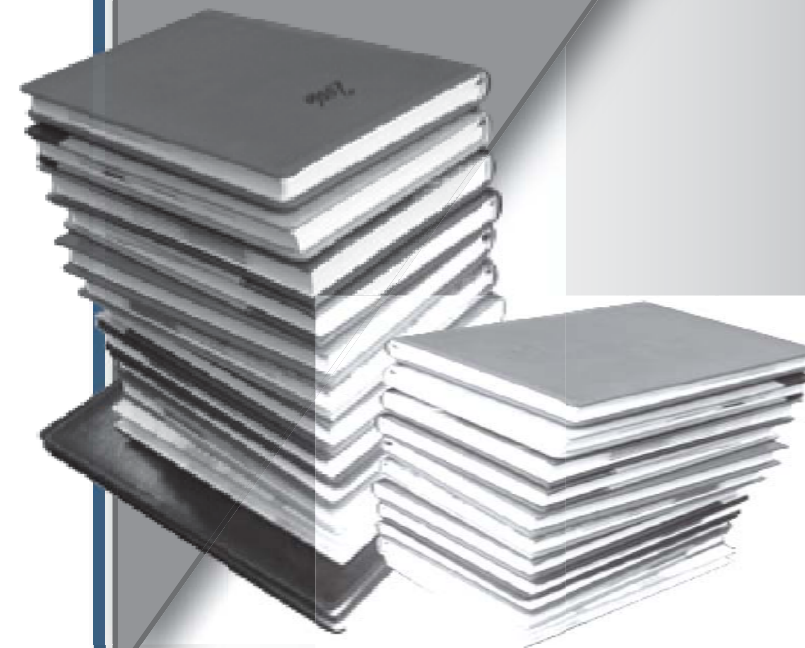
Разом із тим активізація на внутрішньому ринку імпортерських операцій спричинила появу великих асортиментів нових видів друкарського паперу зарубіжних фірм. Просте перерахування торговельних марок зайняло б багато сторінок, що не входить до завдання даного розділу.

Відмінною рисою друкарського паперу, представленого на українському ринку зарубіжними фірмами, є більш висока його якість за оптичними і деформаційними властивостями, а також за його міцністю, але й значно більшою ціною.

Інша ситуація із крейдяним папером. При незначній різниці в ціні якість крейдяного паперу зарубіжних фірм за білістю, відтінком, міцністю і якістю обробки поверхні значно перевершує якість крейдяного паперу, що випускається підприємствами України, Росії, Білорусі. Деякі виробники та постачальники різних видів паперу подані в додатку В.

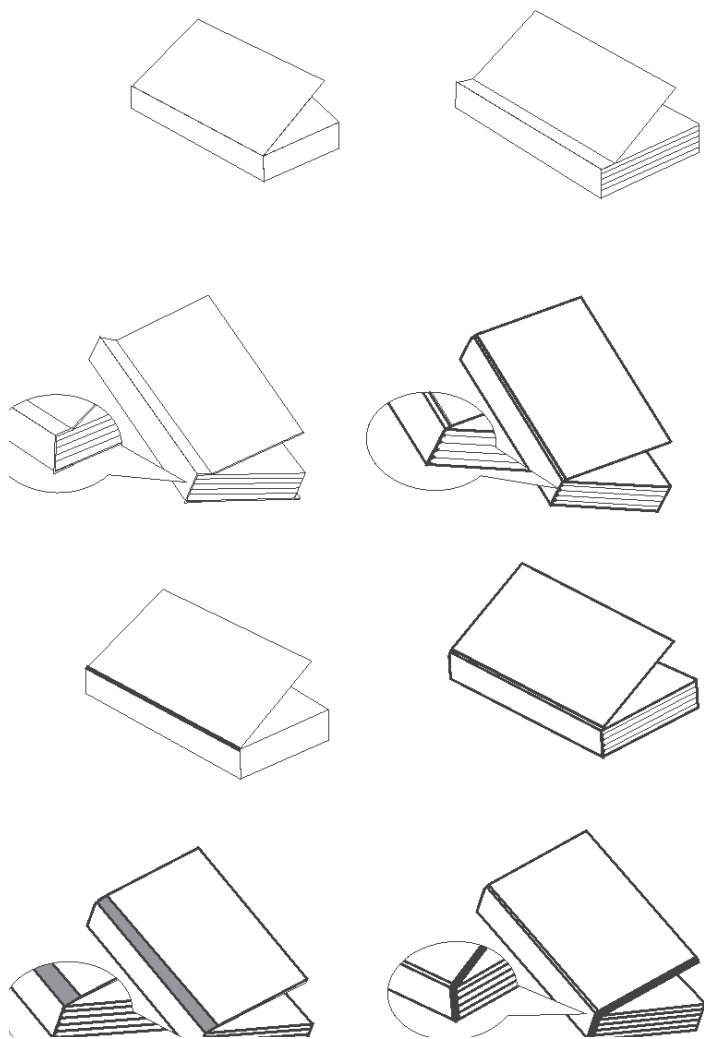
Розділ XII

Як вибрати і придбати палітурні матеріали



12.1. ОСНОВНІ ТИПИ ОБКЛАДИНОК І ПАЛІТУРОК

В основному застосовуються чотири типи обкладинок і п'ять типів палітурок. Палітурки розрізняються за конструкцією, формою корінця, наявністю кантів, видом кутів, а обкладинки ще й за способом скріплення із книжковим блоком (мал. 12.1).



Мал. 12.1. Основні типи обкладинок і палітурок

Відповідно до ГСТУ 29.4-2001. «Обкладинки та палітурки. Типи», розрізняють такі типи обкладинок та палітурок:

- ✓ тип 1 – проста обкладинка для покривання блока наопашки (мал. 12.1 а);
- ✓ тип 2.1 – проста обкладинка для звичайного покривання блока (мал. 12.1 б);
- ✓ тип 2.2 – проста обкладинка з клапанами для звичайного покривання блока (мал. 12.1 в, г);
- ✓ тип 3 – проста обкладинка для покривання блока в розпуск (мал. 12.1 д);
- ✓ тип 4.1 – складена обкладинка з обкантованим корінцем (мал. 12.1 ж);
- ✓ тип 4.2 – складена обкладинка з корінцем, обкантованим супер-обкладинкою (мал. 12.1 з);
- ✓ тип 5 – складена палітурка (мал. 12.2 а);
- ✓ тип 6 – суцільна палітурка (мал. 12.2 б);
- ✓ тип 7 – суцільнокрита палітурка (мал. 12.2 в);
- ✓ тип 8 – палітурка з накладними сторонами та накладним корінцем (мал. 12.2 г);
- ✓ тип 9 – палітурка з накладними сторонами та обкантованим корінцем (мал. 12.2 д).

Обкладинки й палітурки для факсимільних, експериментальних і поліпшених видань, не передбачені наведеною класифікацією, можуть бути виготовлені за замовленням видавництва.

Обкладинки типу 1, 2, 3 складаються з однієї деталі, типу 4 – із двох сторінок і корінця – окантовочного матеріалу, що наклеюється поверх сторінок при окантовці блока.

Палітурки типу 6 виготовляють із однієї деталі; типу 7 (суцільнокриті) – із чотирьох деталей, що склеюються, (дві картонні сторінки, покривний матеріал і відстава – смужка картону або щільного паперу, що наклеюють між картонними сторонами на покривний матеріал зсередини); типу 5, 8 й 9 (складені) – із шести деталей (покривний матеріал не з однієї, а з трьох деталей – корінцевої та двох покривних).

У палітурках типу 5 картонні сторінки обклеюють покривним матеріалом із загинкою клапанів по верхніх, передніх і нижніх краях і зверху корінця, у палітурках типу 8 й 9 – із усіх чотирьох боків (зверху корінця наклеюють уже обклеєні покривним матеріалом картонні сторінки).

За формою корінця обкладинки бувають із фальцьованим (зігнутим в один згин) і прямим (плоским) корінцем; палітурки – із прямим та округленим корінцем.

За розмірами блока розрізняють палітурки й обкладинки *обрізні* (тобто тих же розмірів, що й блок, без кантів) і з *кантами* (виступами за межі книжкового або брошурного блока із трьох боків на 3-4 мм).

За *видом кутів* обкладинки бувають тільки із прямими кутами, а палітурки – із прямими й округленими (з невеликим радіусом закруглення).

У масовому книжковому виробництві найчастіше використовують обкладинки без кантів, а палітурки – з кантами й прямими кутами.

Тип палітурки вибирають залежно від характеру й призначення видання, його оформлення, терміну та умов експлуатації, фінансових можливостей видавця.

В обкладинках, як правило, випускають книги, розраховані на незначний строк експлуатації при інтенсивному користуванні або на середній строк – при невеликій інтенсивності користування, а також видання індивідуального користування. Можливий випуск в обкладинці довідкових, науково-популярних і літературно-художніх книг з товщиною блока до 40 мм; при цьому, щоб підвищити термін експлуатації й поліпшити зовнішній вигляд книг, обкладинки зміцнюють, лакуючи їх або ламінуючи (за допомогою припресування прозорої полімерної плівки).

Книги в палітурці розраховані на більш тривалу й інтенсивну експлуатацію, ніж книги в обкладинках.

Складені палітурки, виготовлені з використанням паперу, як покривного матеріалу, а матеріалу на тканинній основі – як корінцевого, широко застосовуються під час випуску підручників для середньої та вищої школи, окремих видань художньої літератури, книг для дітей, учених записок і праць інститутів. Це пояснюється меншою ціною паперового покривного матеріалу в порівнянні з іншими й високими зображувальними можливостями друку на папері. Корінцевий же матеріал на тканинній основі витримує тривале інтенсивне користування. Низьку зносостійкість паперових покривних сторінок можна підвищити лакуванням їх після друку й особливо ламінуванням, яке, щоправда, зробить дорожчою палітурку.

Як покривні для сторінок використовують і матеріали на паперовій основі з різними полімерними покриттями – паперовий ледерин або бумвініл. На них можливі тиснення фольгою, друк палітурними або трафаретними фарбами. Такі палітурки подовжують термін служби книг у порівнянні з покритими папером.

Суцільнокриті палітурки простіші складених за конструкцією й дешевші за виконанням. У таких палітурках з дорогих покривних матеріалів випускають багатотомні передплатні видання художньої літератури, альбоми, енциклопедії й інші книги, розраховані на тривалий строк життя.

Для випуску окремих видань художньої літератури, деяких передплатних видань останнім часом широко застосовуються палітурки з матеріалів на паперовій основі з полімерними покриттями (наприклад, бумвініл), котрі за міцністю й довговічністю поступаються матеріалам на тканинній основі, але дешевші. Менш міцні палітурки з матеріалу на паперовій основі з нітрополіамідним покриттям (наприклад, паперовий ледерин), і тому вони придатні лише для недорогих видань індивідуального користування. Доцільніше крити таким матеріалом сторінки складеної палітурки, де він не піддається навантаженням на вигин.

Суцільні палітурки з покривним матеріалом із паперу з припресованою прозорою полімерною плівкою (ламінатом) підвищують свої зображувальні можливості. Вони досить міцні, і тому широко використовуються під час випуску великими накладками дитячих, літературно-художніх книг, а також книг з мистецтва.

12.2. ПАЛІТУРНІ ПОКРИВНІ МАТЕРІАЛИ

Загальні вимоги до покривних матеріалів

Відповідно до основного призначення палітурок – захищати блоки від пошкодження – всі покривні матеріали мають бути міцними на розрив, надрив, стирання, витримувати багаторазові вигини, не поглинати клейові речовини, бути в допустимих межах твердими, з малим скручуванням, бо важко загинати покривний матеріал з підвищеною твердістю під час складання палітурок.

Вимоги до полімерного покриття – матеріал має бути еластичним, міцно скріпленим з основою, не злипатися у рулоні й у готових книгах, не ламатися на згинах під час користування книгою.

Поверхня матеріалів має добре сприймати палітурні або трафаретні фарби та тиснення фольгою й бути світлостійкою.

Покривні матеріали призначені надавати книгам ошатного, привабливого вигляду. Це досягається лише тоді, коли видавці мають у своєму розпорядженні широкий вибір матеріалів різних кольорів і фактури.

Матеріали на тканинній основі

У брошурувально-палітурному виробництві використовують тканину з відкритою ткацькою фактурою, або з нанесеним на її поверхню спеціальним покривним шаром.

Матеріали з відкритою ткацькою фактурою (марки КВК). Ці матеріали виготовляють на основі бавовняних, шовкових і штапельних тканин. Щоб зменшити деформацію при зволоженні, підвищити твердість і знизити проникання клею на лицьовий бік, тканини підлягають додатковій обробці – апретуванню (на їхній зворотний бік наносять шар

крохмалю з каоліном), або дублюванню (на зворотний бік наклеюють папір). На лицьовий бік м'яких тканин після апретирування або дублювання для поліпшення зовнішнього вигляду, захисних і друкарсько-технічних властивостей додатково наносять шар безбарвного нітроцелюлозного лаку.

Тканини з різним переплетенням, дрібною й грубою фактурою, пофарбовані різними кольорами, надають більшій можливості для художнього оформлення книг. Поверхня цих тканин добре сприймає тиснення фольгою, друк трафаретними й палітурними фарбами. Використовують їх, як правило, для ювілейних, подарункових та інших високомистецьких видань.

Матеріали із спеціальним покривним шаром. *Коленкор марки КОК (звичайний).* Це матеріал з пофарбованої або непофарбованої бавовняної тканини (міткаль), на поверхню якої нанесений ґрунт із крохмального клею, каоліну і пігменту. Крохмально-каолінове покриття закриває фактуру тканини, надає їй твердості, кольору, поліпшує сприйняття нею фольги під час тиснення, трафаретних і палітурних фарб під час друкування. Однак таке покриття неводостійке, тому клей може проникнути на лицьовий бік тканини й різко погіршити зовнішній вигляд палітурки. Крім того, у цього матеріалу невисока міцність на злам, і покривний шар розтріскується на згинах. Через ці недоліки коленкор марки КОК не придатний для палітурок книг, розрахованих на тривале користування.

Коленкор марки КМК типу «Модерн». Випускається з латексним покриттям, завдяки чому достатньо водостійкий, має високу міцність на злам, добротні друкарсько-технічні властивості. Для додаткового підвищення водостійкості матеріалу й міцності на стирання (зносостійкість) на лицьовий бік коленкору «Модерн» наносять прозорий шар нітроцелюлозного лаку.

Матеріали з нітроцелюлозним покриттям марок А (ледерин), В (ледерин з поліамідною обробкою), В (коленкор з нітропокриттям). Їх виготовляють із бавовняної тканини (міткаль), котру апретують і далі на лицьовий бік наносять водонепроникне нітроцелюлозне покриття з додаванням пігменту, наповнювача й пластифікатора. Матеріал практично не розтріскується при багаторазових вигинах, досить міцний і на розрив, і на стирання.

Ледерин добре сприймає тиснення фольгою та друк трафаретними фарбами, погано – палітурними фарбами.

Під час додаткової обробки цих матеріалів поліамідним лаком значно збільшується міцність поверхневого шару на стирання й поліпшуються їх друкарсько-технічні властивості.

Дані про основні властивості матеріалів різних марок із спеціальним покривним шаром наведені в табл. 12.1.

Таблиця 12.1

Властивості матеріалів на тканинній основі

Марка матеріалу	Маса 1 м ² , г	Жорсткість, сН, у напрямку		Пробивання клею на лицьовий бік
		подовжньому	поперечному	
КВК	195 ± 15	16–35	8–12	Не має бути
КОК	170 ± 15	15 ± 6	12 ± 6	Не має бути
КМК	175 ± 10	16 ± 5	12 ± 4	Не має бути
А	220 ± 15	6–11	4–9	Не нормується
Б	220 ± 15	4–11	4–8	Не нормується
В	195 ± 15	6–13	4–8	Не нормується

Розміри. Матеріали на тканинній основі випускаються в рулонах із шириною полотна 65–90 см і довжиною 200–250 м. Найчастіше ширина рулону дорівнює 76, 80 й 82 см.

Друкарсько-технічні властивості: тиснення фольгою й друкування трафаретними фарбами – якісне у всіх марок; друкування палітурними фарбами: у марок КВК, КОК, КМК, В – добре, у марки Б – задовільне, у марки А – погане.

Матеріали на паперовій основі

Зі збільшенням випуску книг розширився асортимент покривних матеріалів на основі міцного паперу масою 1 м² 80–90 г, із 100 % сульфатної целюлози, з якісною вбираючою здатністю (табл. 12.2).

Таблиця 12.2

Властивості матеріалів на паперовій основі

Марка матеріалу	Маса 1 м ² , г	Жорсткість, сН, у напрямку		Стійкість до багаторазового вигину, не менш
		подовжньому	поперечному	
ПМБ-1	150 ± 15	–	–	300
ПМБ-2	220 ± 20	10–25	6–15	2000
ПМБ-2М	230 ± 20	12–36	6–25	2000

Бумвініл (ПМБ-2). Палітурний матеріал на паперовій основі з полівінілхлоридним (ПВХ) покриттям – бумвініл – складається з паперу-основи, на один бік якої нанесений шар з пігменту, наповнювача, ПВХ і пластифікатора. У бумвінілі висока міцність на стирання й вигин, він водостійкий. Випускається різних кольорів з тисненням і без нього. Матеріал добре сприймає тиснення фольгою, друкування трафаретними фарбами, погано – палітурними (через пластифікатор у плівці ПВХ).

Матеріали типу бумвінілу. Освоєно випуск матеріалів на паперовій основі із ПВХ-покриттям, що мають близькі до бумвінілу властивості. Це узорвініл, вініпор, бумвініл-екстра, белвініл.

Паперовий ледерин (ПМБ-1). На папір-основу наносять нітрополіамідне покриття з нітроцелюлоза, пігменту, наповнювача та пластифікатора й покривають поліамідним лаком, що надає матеріалу блиск і зменшує скручування під час нанесення клею. Матеріал досить міцний на розрив і стирання, однак за міцністю на злам поступається матеріалам на тканинній основі й на паперовій основі із ПВХ-покриттям. Зроблені з нього суцільнокриті палітурки швидко руйнуються на місці вигину. Випускається різних кольорів з тисненням і без нього. Добре сприймає тиснення фольгою, друкування трафаретними фарбами, задовільно – палітурними.

Розміри матеріалів на паперовій основі. Випускаються в рулонах шириною в основному 78, 82 й 84 см. Довжина полотна в рулоні 200–250 м.

Необхідні властивості. Руйнуюче зусилля у подовжньому напрямку має бути не менше 70 см.

Розрахунок кількості покривних матеріалів для накладу видання

Розрахунок розмірів заготовок для однієї палітурки. Щоб визначити загальну кількість покривного матеріалу для накладу, слід розрахувати розміри заготовки (заготовок) матеріалу для однієї палітурки. Знаючи розміри обрізаного блока, тобто висоту вздовж корінця B і ширину $Ш$, товщину T_0 , коефіцієнт перерахування x , який дозволяє розрахувати довжину дуги округленого й кашированого блока, товщину картонних сторінок покриву $K_{пок}$, товщину матеріалу відстави $K_{від}$, і користуючись розрахунковими формулами, можна обчислити висоту й ширину заготовки (заготовок) покривного матеріалу (табл. 12.3).

Таблиця 12.3

Обчислення ширини й висоти покривного матеріалу

Параметр	Формат		
	малий	середній	великий
Для складених палітурних кришок (тип 5) Заготовка матеріалу для корінця			
Ширина	$xT_0 + 2K_{від} + 42$	$xT_0 + 2K_{від} + 44$	$xT_0 + 2K_{від} + 46$
Висота	$B + 2K_{пок} + 34$	$B + 2K_{пок} + 36$	$B + 2K_{пок} + 38$
Заготовка покривного матеріалу			
Ширина	$Ш + K_{пок} + 9$	$Ш + K_{пок} + 9$	$Ш + K_{пок} + 9$
Висота	$B + 2K_{пок} + 34$	$B + 2K_{пок} + 36$	$B + 2K_{пок} + 38$

Закінчення табл. 12.3

Параметр	Формат		
	малий	середній	великий
Для суцільнокритих кришок (тип 7)			
Ширина	$2Ш + 2K_{пок} + xT_0 + K_{від} + 56$	$2Ш + 2K_{пок} + xT_0 + K_{від} + 40$	$2Ш + 2K_{пок} + xT_0 + K_{від} + 44$
Висота	$B + 2K_{пок} + 34$	$B + 2K_{пок} + 36$	$B + 2K_{пок} + 38$

Значення коефіцієнтів x залежать від товщини блока й визначають довжину дуги корінця під час округлення й кашірування xT_0 (табл. 12.4).

Таблиця 12.4

Визначення довжини дуги корінця

Товщина блока T_0 , мм	Корінець		Товщина блока T_0 , мм	Корінець	
	округлений	каширований		округлений	каширований
12	$1,25 T_0$	–	40	$1,10 T_0$	$1,21 T_0$
14	$1,23 T_0$	$1,34 T_0$	45	$1,09 T_0$	$1,20 T_0$
20	$1,20 T_0$	$1,31 T_0$	40	$1,08 T_0$	$1,19 T_0$
25	$1,17 T_0$	$1,28 T_0$	55	$1,07 T_0$	$1,18 T_0$
30	$1,15 T_0$	$1,26 T_0$	60	$1,07 T_0$	$1,18 T_0$
35	$1,12 T_0$	$1,24 T_0$			

При прямому корінці блока коефіцієнт x дорівнює 1.

Розміри блоків видань стандартних і деяких нестандартних форматів, та альбомних видань (після обрізки, у мм) наведено у табл. 12.5–12.7.

Таблиця 12.5

Розміри блоків стандартних видань

Формат паперу, см	Частка аркуша						
	1/8	1/16	1/32	1/64	1/128	1/256	1/512
84×108	265×410	205×260	130×200	100×125	62×95	47×57	28×42
70×108	265×340	170×260	130×165	82×125	62×77	38×57	28×34
70×100	245×340	170×260	120×165	82×115	58×77	38×52	26×34
75×90	–	182×215	107×177	–	–	–	–
70×90	–	170×215	107×165	82×103	51×77	38×46	23×34
60×90	220×290	145×215	107×140	70×103	51×65	32×46	23×27
60×84	220×290	145×200	100×140	70×95	48×65	32×43	21×27

Таблиця 12.6

Розміри блоків нестандартних видань

Формат паперу, см	Частка аркуша			Формат паперу, см	Частка аркуша		
	1/8	1/16	1/32		1/8	1/16	1/32
90×100	–	220×240	–	70×75	1	170×177	1
84×100	–	205×240	120×200	60×108	265×290	145×260	130×140
84×90	–	205×215	107×200	60×100	1	145×240	1
80×100	–	195×240	120×190	60×70	1	145×165	1
70×84	–	170×200	–	61×86	210×295	147×205	102×142

Таблиця 12.7

Розміри блоків альбомних видань

Формат паперу, см	Частка аркуша				Формат паперу, см	Частка аркуша			
	1/8	1/16	1/32	1/64		1/8	1/16	1/32	1/64
108×84	–	265×200	–	–	90×70	–	220×165	170×104	–
100×84	–	–	–	120×95	90×60	295×215	220×140	145×104	–
108×70	–	–	170×125	–	84×60	–	205×140	–	–
108×60	295×260	–	–	–					

Розрахунок кількості заготовок, що розміщуються по ширині рулону. Установивши розмір заготовок, визначають, скільки заготовок для однієї палітурки можна розмістити по ширині рулону покривного матеріалу при частковому розкроюванні (напрямок ниток основи тканин або машинний напрямок паперу й матеріалів на паперовій основі має бути по лінії корінця блока).

Розрахунок для суцільнокритих палітурок проводиться за формулою:

$$\frac{\text{Ширина рулону (мм)} - (30 - 40 \text{ мм})}{\text{Ширина заготовки (мм)}} = a = a',$$

де a' – ціла частина числа a (відповідає кількості палітурок, які укладаються по ширині рулону покривного матеріалу).

Розрахунок для складених палітурок проводиться за тією ж формулою, що й для суцільнокритих, але окремо для заготовки корінцевого матеріалу (у знаменнику вказується ширина заготовки корінцевого

матеріалу) і окремо для заготовки матеріалу для сторінок покриву (у знаменнику вказується ширина заготовки для покриття двох сторінок). Відповідно a' в обох випадках – ціла частина числа a , яка дорівнює кількості заготовок для корінців або для двох сторінок, що вміщуються по ширині рулону покривного матеріалу.

Розрахунок кількості покривного матеріалу для накладу видання проводиться за такою схемою:

$$\frac{\text{Наклад, } a' = B;}{\frac{B \cdot \text{Висота заготовки (мм)}}{1000}} = C (\text{м}),$$

де C – розрахункова кількість покривного матеріалу на суцільнокриті палітурки або на корінці складених палітурок, або матеріал для двох сторінок палітурок для всього накладу.

Крім того, кожна технологічна операція передбачає технічні відходи (у тому числі брак), що можуть сягати до 10 % і більше. У середньому їх приймають рівними 5%. Тому до розрахункової кількості матеріалу слід додати 5% на технічні відходи.

Приклад розрахунку. Вихідні дані видання:

Формат	84 × 108/32	Ширина рулону покривного матеріалу	820 мм
Наклад	100 000 прим.	Товщина блока	40 мм
Палітурка	Тип 7	Корінець каширований	
Ширина і висота блока	130 × 200 мм	Товщина картону	1,75 мм

Довжина дуги корінця для блока товщиною 40 мм при кашированому корінці дорівнює $1,21 \times 40$.

1. Розмір заготовки покривного матеріалу:

$$\begin{aligned} \text{Ширина} &= 2Ш + 2К_{\text{лок}} + xT_0 + K_{\text{від}} + 40 = \\ &= (2 \times 130) + (2 \times 1,75) + (1,21 \times 40) + 0 + 40 = 351,9 = 352 \text{ мм} \end{aligned}$$

(якщо корінець каширований – товщиною відстави можна знехтувати).

$$\begin{aligned} \text{Висота} &= B + 2К_{\text{лок}} + 36 = 200 + (2 \times 1,75) + 36 = \\ &= 239,5 (\text{мм}) = 240 (\text{мм}) = 0,24 \text{ м}. \end{aligned}$$

2. Скільки заготовок укладається по ширині рулону покривного матеріалу:
 $(820 - 40) : 352 = 2$.

3. Розрахункове число метрів матеріалу для накладу:
 $(100\,000 : 2) \times 240 / 1000 = 12\,000 \text{ м}$.

4. Кількість матеріалу на технічні відходи (5 %):
 5 % від 12000 м складає 600 м.

5. Розрахунок загальної кількості матеріалу для накладу:

$$12\,000 + 600 = 12\,600 \text{ м} = 12,6 \text{ тис. м.}$$

Таким чином, для випуску видання, формат якого 84×108/32 накладом 100 000 прим. у палітурці типу 7, потрібно закупити 12,6 тис. м матеріалу при ширині рулону 820 мм.

12.3. ПАЛІТУРНИЙ КАРТОН

Картон буває монолітним і складається з декількох склеєних між собою шарів (картон-склейка). Завдяки пористості (щільність його в середньому 0,70–0,75 г/см³) він легко піддається тисненню. Палітурний картон випускається декількох марок: А, Б, ПКС, БП, ВП. У зв'язку з дефіцитом палітурних картонів допускається виготовляти палітурки з неопліграфічного картону, але близького за фізико-механічними властивостями до палітурного.

Загальні вимоги до палітурного картону

Картон повинен мати гладку й рівну поверхню, без зморшок, складок і сторонніх додатків, мати високу механічну міцність на розрив і злам, добре сприймати клей. Розшаровування картону не допускається. Вологість його не має перевищувати 13 %, тому що при більшій вологості він деформується, жолобиться, міцність поверхневого шару послаблюється. Останнє призводить до утворення на поверхні картону під час його переробки на брошурувально-палітурному обладнанні так званих задирів і закручень. Таким чином, робота з картоном підвищеної вологості вкрай важка; різко збільшуються технічні відходи.

При механізованому виготовленні палітурок потрібен картон постійної товщини. Допуск на товщину картону в одній партії залежно від номінальної товщини може коливатися від ± 9 до ± 5 %. Більші розходження в товщині ускладнюють самонаклад машин, котрі виробляють палітурки, призводить до зупинок і збільшує технічні відходи.

Товщина картону для палітурок усіх типів підбирається залежно від формату й маси блока. Тому чим більший формат і товщина блока, тим товщий картон потрібен для палітурки. Так, картон товщиною до 1,0 мм використовують для палітурок з однієї деталі (тип 6). Для палітурок, котрі обклеюються покривним матеріалом, необхідний картон більшої товщини (починаючи з 1,25 мм). Однак під час складання палітурок типу 7 для кишенькових (малоформатних) видань допускається використовувати картон товщиною 1 мм і менше. Картон товщиною 2,5–3,0 мм застосовують, для видань великого формату й обсягу (енциклопедії, довідники, альбоми тощо). Основні властивості палітурних картонів наведені в табл. 12.8–12.12.

Таблиця 12.8

Допуски за товщиною

Марка картону	Товщина, мм	Допуски, мм	Марка картону	Товщина, мм	Допуски, мм
БП	0,50–0,90	+0,04–0,05	Б вищого сорту	1,25	$\pm 0,08$
	1,00	+0,08–0,05	Б першого сорту	1,25	$\pm 0,10$
ВП	0,70	10,06	ПКС вищого сорту	1,50	$\pm 0,08$
				1,75–2,25	$\pm 0,10$
				2,50–3,00	$\pm 0,12$
А	1,25–1,50	10,10	ПКС першого сорту	1,50	$\pm 0,10$
	1,75	10,12		1,75–3,00	$\pm 0,12$

Таблиця 12.9

Міцність на злам

Товщина картону, мм	Маса, г	Товщина картону, мм	Маса, г	Товщина картону, мм	Маса, г		
					А	ПКС	
						вищого сорту	першого сорту
БП		ВП		1,25	1010±100	–	–
0,50	340±30	0,70	510±35	1,50	1200±100	1065±70	1025±80
0,60	400±35	Б вищого сорту		1,75	1365±125	1250±80	1225±100
0,70	470±40	1,25	850±65	2,00	1600±125	1400±80	1375±100
0,80	530±45	Б першого сорту		2,25	1900±125	1600±80	1575±100
0,90	610±50	1,25	825±65	2,50	2100±125	1750±100	1725±100
1,00	670±60			2,75	2300±125	1925±100	1900±100
				3,00	2500±125	2100±100	2075±100

Таблиця 12.10

Жорсткість при статичному вигині, Н·см

Товщина картону, мм	Твердість картону	Товщина картону, мм	Твердість картону марок		
			А	ПКС	
				вищого сорту	першого сорту
БП		1,25	10,0	–	–
0,90	2,10	1,50	15,0	22,0	16,0
1,00	2,30	1,75	25,0	32,0	24,0
ВП		2,00	35,0	50,0	35,0
0,70	1,50	2,25	45,0	65,0	45,0
Б вищого сорту		2,50	65,0	75,0	60,0
1,25	12,00	2,75	75,0	85,0	70,0
Б першого сорту		3,00	85,0	95,0	80,0
1,25	10,00				

Таблиця 12.11

Вологість палітурних картонів

Марка картону	Значення, %
БП, ВП, А, Б першого сорту	8,0±2,0
Б вищого сорту	8,0 + 1,0/-2,0
ПКС вищого та першого сорту	9,0±2,0

Таблиця 12.12

Межа міцності картону, кПа

Товщина картону, мм	Межа міцності	Товщина картону, мм	Межа міцності марок		
			А	ПКС	
				вищого сорту	першого сорту
БП		1,25	230	–	–
0,90-1,0	100	1,50	230	160	110
ВП		1,75	200	150	110
0,7	150	2,00	200	140	110
Б вищого сорту		2,25	150	140	100
1,25	130	2,50	150	140	110
Б першого сорту		2,75	150	130	110
1,25	ПО	3,00	150	130	110

Формати аркушів картону та їх вибір

Палітурний картон випускається в аркушах таких форматів: 700 × 1000, 800 × 1000, 750 × 1000 мм. Картони не поліграфічного призначення можуть бути форматів 1030 × 1170, 975 × 1050, 1050 × 1200 мм.

У палітурного картону більша за розміром сторона аркуша завжди збігається з машинним напрямком волокон і її визначають як довжину аркуша. У картоні не поліграфічному це не завжди так.

Для кожного формату видання треба по можливості вибирати той формат картону, при якому розкрій буде найбільш економним. Це особливо важливо для палітурок з однієї деталі, бо при поперечному розкроюванні неминучі надломи на корінці, а самі палітурки швидко руйнуються по лініях згинів. Палітурки із клейовим з'єднанням деталей при картонних сторонах поперечного розкрою дуже жолобляться, що ускладнює їхню обробку й погіршує зовнішній вигляд видання. Жолоблення найбільш помітне для тонкого картону, тому поперечний розкрій не можна застосовувати при товщині картону менше 1,5 мм, а для енциклопедичних і високомистецьких видань – за будь-якої товщини.

Розрахунок кількості картону для накладу

Перш ніж приступити до розрахунку кількості картону для накладу, необхідно визначити розміри сторінок або заготовки суцільнокартонної палітурки. Ці розміри визначають, виходячи з розмірів обрізаного блока. Розміри картонних сторінок і суцільнокартонних палітурок розраховують за формулами, наведеними в табл. 12.13.

Таблиця 12.13

Розміри картонних сторінок і суцільнокартонних палітурок

Параметр	Формат видання		
	малий	середній	великий
Картонна сторінка			
Ширина	$Ш-3$	$Ш-2$	$Ш-1$
Висота	$В+4$	$В+6$	$В+8$
Суцільнокартонна палітурка (тип 6)			
Ширина	$2Ш+2К+хT_0+8$	$Ш+2К+хT_0+8$	$2Ш+2К+хT_0+8$
Висота	$В+6$	$В+6$	$В+6$

Схема розрахунку кількості картону для накладу. Спочатку визначають, скільки сторінок вийде з аркуша картону. Для цього при частковому розкроюванні ширину аркуша (меншу за розміром сторони) за винятком кромки, що обрізають (20–40 мм), ділять на ширину картонної сторінки, а довжину аркуша за винятком кромки, що обрізають (20 мм–40 мм), – на її висоту. Цілі частини чисел, отриманих від розподілу, перемножують. Оскільки для палітурки потрібні дві картонні сторінки, отримане число ділять на два. Результат і є число палітурок, котрі можна виготовити з одного аркуша картону вибраного формату. Далі розраховують кількість аркушів картону для накладу, для чого наклад ділять на кількість палітурок, отриманих з одного аркуша.

Кількість картону прийнято розраховувати за масою у кг. Визначивши масу одного аркуша картону за його площею й масою 1 м², результат множать на загальну кількість аркушів. Установивши за нормою у відсотках масу картону на технічні відходи й склавши її із загальною масою, отримують масу картону, потрібну для накладу.

Приклад розрахунку. Вихідні дані видання:

Формат	84 × 108/32	Товщина картону	1,75 мм
Наклад	100 000 прим.	Маса 1 м ² картону	1250 г
Формат аркуша картону	800 × 1000 мм	Формат обрізаного блока	130 × 200 мм

1. Розмір картонних сторонок:
 $\text{Ширина} = \text{Ш} - 2 = 130 - 2 = 128 \text{ мм.}$
 $\text{Висота} = \text{В} + 6 = 200 + 6 = 206 \text{ мм.}$
2. Скільки картонних сторонок вийде з одного аркуша:
 $(800 - 30) : 128 \times (1000 - 30) : 206 = 6,02 \times 4,71 \rightarrow 6 \times 4 = 24.$
 З 24 сторонок можна виготовити 12 палітурок.
3. Витрата картону в аркушах на весь наклад:
 $100\,000 : 12 = 8333,333 = 8334.$
4. Маса 8334 аркушів картону в кілограмах.
 $\text{Площа аркуша картону: } 800 \times 1000 = 800\,000 \text{ мм}^2 = 0,8 \text{ м}^2.$
 $\text{Маса аркуша картону: } 1250 \times 0,8 = 1000 \text{ г} = 1 \text{ кг.}$
 Маса 8334 аркушів складає 8334 кг.
5. Скільки картону піде на технічні відходи:
 5 % від 8334 складає 416,7 кг.
6. Загальна кількість картону для накладу:
 $8334 + 416,7 = 8750,7 \text{ кг} = 8,8 \text{ т.}$

12.4. МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ОБРОБКИ ПАЛІТУРОК

Способи обробки палітурок

У масовому книжковому виробництві для обробки й оформлення палітурок найчастіше застосовують лакування, припресовку прозорої полімерної плівки, тиснення поліграфічною фольгою, блінтове або конгревне тиснення, друк палітурними фарбами, трафаретний друк. Інші способи обробки (тамподрук, наклейку ілюстрацій, інкрустацію, аплікацію) застосовують значно рідше.

Лакування – нанесення на поверхню відбитка лаку надає йому блиску, підвищує гладкість, захищає від впливу вологи й інших зовнішніх впливів, підвищує інтенсивність барвистих тонів на відбитку. Лаки повинні мати гарну адгезію й бути нейтральними до паперу й кольорового зображення, не містити токсичних і вогнебезпечних речовин.

Припресовка полімерної плівки (*ламінування*) – це з'єднання паперу із прозорим безбарвним плівковим матеріалом. Плівка на відбитках надає їм дзеркального блиску, гладкості, механічної міцності і водостійкості. Якість видання є вищою, ніж під час лакування.

Тиснення – отримання зображення шляхом деформування матеріалу, від чого змінюється форма, характер поверхні й кольори (тиснення фольгою).

Найбільш простий вид тиснення – *блінтове* (сліпе) плоско-рельєфним штампом. Елементи зображення робляться заглибленими й лежать в одній площині. Зображення чітко видно при похилому освітленні. Цим способом відтискують назву видавництва, орнаменти, схематичні малюнки, плашки (значні за площею суцільні поверхні), необхідні для

згладжування фактури деяких покривних матеріалів, щоб підвищити якість наступного тиснення фольгою, друкування палітурними фарбами, наклейки ілюстрації. Не слід застосовувати блінтове тиснення на палітурках з тонкого картону (менше 1,25 мм) або на папері з лакуванням чи ламінатом, на коленкорі «Модерн» (марки КМК) з поверхневим лаком, на тканині, дубльованій папером.

Тиснення поліграфічною фольгою, як і блінтове, виконують нагрітим плоскорельєфним штампом. Між ним і палітуркою поміщають фольгу, кольоровий шар якої переходить на покривний матеріал палітурки.

Під час *конгревного тиснення* зображення схоже з барельєфним. Це тиснення можливе на коленкорі, ледерині, матеріалах з нітрополіамідним покриттям, допускається на папері. Не придатне для паперу лакованого (за винятком деяких видів лаку), ламінованого, із ПВХ-покриттям, для тканин з відкритою фактурою. Застосовується конгревне тиснення головним чином у виданнях з поліпшеним оформленням.

Трафаретний друк дозволяє наносити на матеріал шар фарби товщиною 8–200 мкм. Звідси повне покриття поверхні, висока насиченість тону й рельєф, що створює ефект об'ємного зображення. Цей вид друку може успішно застосовуватися для обробки палітурок будь-яких типів з будь-якою фактурою й вбираючою здатністю поверхні покривного матеріалу при відповідному підборі змочування, адгезії й швидкості закріплення фарби.

Кількість способів обробки палітурки одного видання не перевищує трьох. Чим більше прогонів тим чи іншим способом, тим вища собівартість процесу, він триваліший у часі і має більше технічних відходів.

Способи обробки, колір поліграфічної фольги або фарби, а також розміщення штампів на сторінках і корінці обов'язково вказуються художником (дизайнером) на макеті палітурки, що подається видавцем і узгоджується з поліграфічним підприємством, котре й надає необхідні матеріали для оформлення.

Поліграфічна фольга

Фольга – тонкий багат шаровий матеріал, що складається з основної (підкладки), лакового, воскового розділювального шару, кольорового й адгезійного (грунтувального) шарів. Види фольги: металізована, кольорова матова, кольорова глянцева й бронзова.

При нормальній температурі всі шари фольги тверді, нелипкі, міцно скріплені між собою. При температурі тиснення (80–150 °C) у розділювальному восковому шарі знижується міцність зв'язків з основою, і підкладка легко відокремлюється від фарбового шару, а в грунтувального шару підвищується липкість, завдяки чому він міцно

з'єднується з матеріалом палітурки. Інші шари при температурі тиснення не змінюються.

Основою фольги найчастіше є лавсанова плівка товщиною 12 і 20 мкм або калька з біленої целюлози масою 1 м² 40±2 г. Основа має бути міцною, гладкою, еластичною, щоб міцною і гнучкою була фольга в цілому. На лавсановій основі фольга міцніша, і завдяки її гладкості роздільна здатність фольги вища, ніж на основі-кальці.

Якість фольги оцінюється колірною характеристикою, глянцем, здатністю покриття, міцністю відбитка до відмарування, стирання, світло- і теплостійкістю, стійкістю до корозії й інших впливів.

При закупівлі фольги, слід звертати увагу на дату випуску. Фольга із закінченим строком придатності може обсіпатися, погано злипатися з поверхнею покривного матеріалу.

Фольга випускається в рулонах із шириною полотна на паперовій основі 420, 440 та 600 мм, на плівковій основі – 300, 360, 420, 480, 540, 600, 650 мм.

Полімерні плівки для ламінування

Припресовка полімерної плівки виконується двома способами: клейовим і безклейовим.

При *клейовому способі* застосовують одношарові полімерні плівки: триацетатну поліграфічну марок ПТП-17, ПТП-25; лавсанову (поліетилентерефталатну) товщиною 10–20 мкм типу А, Б, В та марки Е (ізоляційну); поліпропіленову товщиною 20–25 мкм.

Триацетатна плівка має порівняно якісну волого- і термостійкість, але її недоліки – невисока механічна міцність і крихкість, для усунення якої до плівки вводять пластифікатор, хоча й у такому разі еластичність плівок невисока. Із часом триацетатна плівка старіє й значно змінює свої властивості. У відбитків із припресованою триацетатною плівкою є дефекти, які важко усунути. Це скручування й жолоблення. Використовувати її для палітурок небажано.

Лавсанові плівки набагато кращі. Вони мають більшу механічну міцність, витримують більше 20 тис. подвійних перегинів, стійкі до дії температури, піддаються лише невеликій деформації, значно еластичніші й міцніші за триацетатну (пропускають близько 90 % видимого світла). Лавсанові плівки невеликої товщини (12 й 20 мкм) успішно застосовують для припресовки до покривних відбитків для палітурок. Вони не деформуються й не змінюються із часом. Плівка поставляється в рулонах із шириною полотна 500, 600 й 900 мм.

Поліпропіленові плівки товщиною 12–20 мкм дуже міцні й мають більше відносне подовження. Міцність на злам – понад 70 тис. подвійних перегинів. На плівку не діє вода й ряд хімічних реагентів, її усадка

після термообробки невелика. Суттєвий недолік цієї плівки – невелика морозостійкість. При температурі нижче –20 °С вона стає крихкою, ламається. Для неї треба ретельно підбирати клей (лак). Однак завдяки високим фізико-хімічним і механічним властивостям плівку використовують для обробки палітурок. Особливо добре вона лягає на офсетний крейдяний папір масою 1 м² 120 г.

При *безклейовому способі* застосовують дубльовані (двошарові) плівки, один шар яких – найчастіше поліетилен – має значно меншу температуру плавлення, ніж інший, і в процесі припресовки виконує функцію термклею.

Дубльовані плівки поліетиленлавсанові випускаються товщиною 25,35, 60 мкм і придатні для припресовки до будь-якого виду паперу.

Дубльовані плівки поставляються в рулонах із шириною полотна в основному 600 та 900 мм.

Необхідні основні властивості полімерних плівок для припресовки наведені в табл. 12.14.

Таблиця 12.14

Основні властивості плівок для припресовки

Плівка для припресовки	Товщина, мкм	Щільність, г/см ³	Усадка після термообробки, %	Водопоглинання, %	Розривне зусилля, гс/см ²	Відносне подовження, %	Кількість подвійних перегинів
Плівка для безклейової припресовки							
Триацетатна слабопластифікована	25	1,20–1,27	8–10	5–10	400–800	6–8	200
Лавсанова	20	1,38–1,39	3–5	0,3	1600–1800	50–130	20 тис.
Поліпропіленова	20	0,90–0,91	4–6	Не спостерігається	70–120 тис.	170–250	70 тис.
Плівка для клейової припресовки							
ПА-ПЕ	50	Не нормується	S3	Не нормується	700	50	Не нормується
НПЛ-3	60	Не нормується	S3	Не нормується	600	50	Не нормується
НПЛ-5	35	Не нормується	S3	Не нормується	400	50	Не нормується

Оптимальна маса 1 м² паперу для припресовки плівки 120 г. Якщо такого паперу немає, то краще використовувати папір масою 1 м² 100 г, ніж 140 г. До нього краще припресовувати тонку плівку (з товстою такий папір скручуватиметься), як і до паперу 140 г (з товстим неминучі труднощі із загинанням кантів).

Розрахунок кількості фольги та плівок для накладу видання

Фольга. Розраховують, виходячи із площі штампів на корінець і на сторінки окремо. Розміри умовної заготовки фольги мають бути на 10 мм більшими по ширині й висоті, ніж розміри штампа, причому ширина робочого рулону фольги – не менша 30 мм, тому що розрізати вихідний рулон фольги на меншу ширину технічно складно. Схема розрахунку для кожного штампа така. Спочатку визначають, на скільки заготовок (робочих рулонів) можна розрізати вихідний рулон фольги. Для цього ширину рулону за винятком 30–40 мм (кромки, що обрізають) ділять на ширину штампа й додають 10 мм за формулою:

$$\frac{\text{Ширина рулону (мм)} - 40 \text{ мм}}{\text{Ширина штампу} + 10 \text{ мм (мм)}} = a = a',$$

де a' – ціла частина числа;

a – кількість робочих рулонів.

Далі розраховують за формулою:

$$y = \frac{\text{Наклад}}{a'} \cdot \frac{\text{Висота штампу (мм)} + 10 \text{ мм}}{1000},$$

де y – кількість погонних метрів фольги для тиснення палітурки одним штампом.

Оскільки традиційно облік витрат фольги ведеться у квадратних метрах, погонні метри слід перевести у квадратні:

$$y \text{ (м)} \cdot \text{Ширина рулону (м)} = C \text{ (м}^2\text{)},$$

де C – розрахункова площа фольги для тиснення одним штампом.

Урахувавши площу технічних відходів (0,05 %) і склавши їх з розрахунковою площею, отримують загальну площу фольги на наклад під один штамп.

Під час тиснення фольгою по корінцю і по сторінках проводять аналогічні розрахунки для інших штампів. Результати складають і дізнаються, скільки фольги треба для виготовлення накладу видання.

Плівка. Загальної схеми тут не існує. Розраховують індивідуально, виходячи з технічних можливостей друкарського обладнання, розмірів заготовки-відбитка для палітурки (формат видання) і з огляду на економічно вигідне розміщення заготовки під час припресовки (вздовж або поперек полотна, або змішане). Орієнтовний розрахунок витрат плівки для накладу можна провести, виходячи з норм витрат, установлених для припресовки плівки (табл. 12.15).

Таблиця 12.15

Норми витрат плівки для накладу, г/1000 см²

Тип плівки	Норма витрат
Триацетатна товщиною 25 мкм	3,8
Триацетатна товщиною 17 мкм	2,7
Лавсанова товщиною 25 мкм	3,8
Лавсанова товщиною 12 мкм	1,8
Поліпропіленова товщиною 25 мкм	2,5
Поліамідна, ламінована поліетиленом, товщиною 50 мкм	Не нормується*
Лавсанова, ламінована поліетиленом, товщиною 35 мкм (ПНЛ-5)	4,2

* На 1000 прим. палітурок книг середнього формату потрібно приблизно 6 кг плівки.

Нові види палітурних матеріалів

За останні 3-5 років на українському поліграфічному ринку з'явилася значна кількість іноземних виробників, що пропонують різноманітні асортименти палітурних матеріалів, картонів, лаків, фарб, фольги й полімерних плівок.

У частини покривних палітурних матеріалів це в основному папір з полімерним покриттям (у тому числі типу ПВХ із різними добавками для модифікації) з широкою колірною гамою. Це матеріали типу «Balaskin», «Baladeck», «Balackron», «Beluskin» та ін. Для найбільш дорогих, подарункових видань пропонуються матеріали з відкритою ткацькою фактурою з різноманітною поверхневою обробкою.

Технічні вимоги до імпортованих покривних палітурних матеріалів ті ж, що й до матеріалів вітчизняного виробництва. Це висока зносостійкість і поверхнева міцність, якісні друкарсько-технічні властивості.

Ринок картону залишається традиційним. Імпортні виробники пропонують картон-моноліт, картон-склейку й так званий пухкий картон, що має при більшій товщині меншу масу 1 м².

Пропонується широкий вибір імпоротної фольги як за друкарсько-технічними властивостями, так і за колірною гамою. Останнім часом з'явився новий тип фольги з об'ємним зображенням – голографічна фольга. Її використання дозволяє значно розширити художньо-образотворчі можливості оформлення книжкових палітурок. При виборі фольги для видання слід упевнитися, що вона добре ляже на покривний матеріал палітурки.

З нових полімерних плівок для припресовки можна порекомендувати прозорі й матові поліпропіленові плівки для термоламінування. Матова плівка товщиною може бути рекомендована у поєднанні з голографічною фольгою (досягається ефект оксамитової поверхні з об'ємним зображенням). Крім того, вищевказані плівки переробляють при більш низьких температурах, ніж вітчизняні, що значно полегшує процес припресовки.

Рекомендації з вибору постачальників

Придбати палітурні й оздоблювальні матеріали можна безпосередньо у виробників або у фірм-посередників, що добре зарекомендували себе на ринку товарів.

Імпортні матеріали краще купувати в українських торгових представників цих фірм, офіси яких знаходяться у великих містах України. Адреси деяких вітчизняних та зарубіжних виробників палітурних та оздоблювальних матеріалів наведено в додатку В.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Нормативно-законодавча література

1. Авторське право і суміжні права: законодавство та судова практика: Зб. нормативних актів. – К.: Юрінком Інтер, 2003. – 400 с.
2. Видавнича справа. Закони України: Складено в Управлінні у справах преси та інформації Харківської облдержадміністрації. – Х., 2000. – 120 с.
3. Законодавчі та нормативні документи України у сфері інформації, видавничої та бібліотечної справи: Темат. добірка: У 2-х ч.: Ч. 1.: Правове регулювання у сфері інформації / Уклад. Т. Ю. Жигун. – 2-ге вид., доп. – К.: Кн. палата, 2002. – 124 с.
4. Законодавчі та нормативні документи України у сфері інформації, видавничої та бібліотечної справи: Темат. добірка: У 2-х ч.: Ч. 2.: Правове регулювання у сфері видавничої та бібліотечної діяльності / Уклад. Т. Ю. Жигун. – 2-ге вид., доп. – К.: Кн. палата, 2002. – 220 с.
5. Интеллектуальная собственность в Украине: Правовые основы и практика: Науч.-практ. изд.: В 4-х т. / Под общ. ред. А. Д. Святоцкого: Т. 1: Право интеллектуальной собственности / С. А. Долгий, В. С. Дробязко, В. А. Жаров, Т. Г. Захарченко и др. / Под ред. В. М. Литвина, С. А. Довгого. – К.: Ин. Юре, 1999. – 492 с.
6. Интеллектуальная собственность в Украине: Правовые основы и практика: Науч.-практ. изд.: В 4-х т. / Под общ. ред. А. Д. Святоцкого: Т. 2: Авторское право и смежные права / С. А. Долгий, В. С. Дробязко, В. А. Жаров, Т. Г. Захарченко и др. / Под ред. Г. И. Миронюк, С. А. Довгого. – К.: Ин. Юре, 1999. – 478 с.
7. Интеллектуальная собственность в Украине: Правовые основы и практика: Науч.-практ. изд.: В 4-х т. / Под общ. ред. А. Д. Святоцкого: Т. 3: Промышленная собственность / Г. А. Андросчук, С. А. Долгий, В. С. Дробязко, В. А. Жаров, Т. Г. Захарченко и др. / Под ред. В. Л. Петрова, В. А. Жарова. – К.: Ин. Юре, 1999. – 672 с.
8. Правове регулювання інформаційної діяльності в Україні / Упоряд. С. Е. Демський; Відп. ред. С. П. Павлюк. – К.: Юрінком Інтер, 2001. – 688 с.
9. Правові та нормативні документи з видавничої справи: Темат. добірка / Уклад. Г. М. Плиса. – К.: Кн. палата, 1999. – 52 с.

Енциклопедії, словники, довідники

1. Гиленсон П. Г. Справочник художественного и технического редакторов.– М.: Книга, 1988.– 528 с.
2. Иванов Ю.Б. Налогообложение: Терминология законодательных и нормативных актов: Словарь-справочник.– Х.: ИНЖЕК, 2003.– 690 с.
3. Капелюшний А. О. Практичний посібник-довідник журналіста: Редагування в ЗМІ: Аналіз і перевірка фактичного матеріалу.– Л.: ПАІС, 2004.– 576 с.
4. Мильчин А. Э. Издательский словарь-справочник.– 2-е изд., испр. и доп.– М.: ОЛМА-Пресс, 2003.– 560 с.
5. Нормативные материалы по издательскому делу: Справочник / Сост. В. А. Маркус.– М.: Книга, 1987.– 480 с.
6. Огар Е. І. Українсько-російський та російсько-український словник-довідник із видавничої справи.– Л.: Палітра друку, 2002.– 224 с.
7. Памятная книга редактора / В. А. Абрамов, Т. В. Борисенко, Э. П. Гаврилов, П. Г. Гиленсон и др.; Сост. А. Э. Мильчин.– 2-е изд., перераб. и доп.– М.: Книга, 1988.– 415 с.
8. Поліграфія та видавнича справа: Російсько-український тлумачний словник / Уклад.: Б. В. Дурняк, О. В. Мельников, О. М. Василишин, О. Г. Дячок.– Л.: Афіша, 2002.– 456 с.
9. Словник термінів і понять, що вживаються у чинних нормативно-правових актах України / Упор.: О. В. Рогацова, К. С. Винокуров, І. Крусь та ін.– К.: Оріон, 1999.– 502 с.
10. Справочная книга редактора и корректора: Редакционно-техническое оформление издания / Сост и общ. ред. А. Э. Мильчина.– 2-е изд., перераб.– М.: Книга, 1985.– 576 с.
11. Энциклопедия книжного дела / Ю. Ф. Майсурадзе, А. Э. Мильчин, Э. П. Гаврилов, Ю. А. Михайлов и др.– М.: Юристъ, 1998.– 536 с.

Навчальні посібники, підручники, інша література

1. Редакторская подготовка изданий: Учебник / С. Г. Антонова, В. И. Васильев, И. А. Жарков, О. В. Коланькова, Б. В. Ленский, Н. З. Рябина, В. И. Соловьев: Под ред. С. Г. Антоновой.– М.: Изд-во МГУП, 2002.– 468 с.
2. Мельников О. В. Технологія плоского офсетного друку: Підручник / За ред. Е. Т. Лазаренка.– Л.: Афіша, 2003.– 384 с.
3. Поліграфічні матеріали: Підручник для ВНЗ за спеціальністю «Видавничо-поліграфічна справа» / Ю. Ц. Жидецький, О. В. Лазаренко, Н. Д. Лотошинська та ін.: За ред. Т. Лазаренка.– Л.: Афіша, 2003.– 326 с.

4. Матвеева Р. В., Трубникова Г. Г., Шифрина Д. А. Основы полиграфического производства.– М.: Книга, ЛТД, 1994.– 320 с.
5. Шаблій І. В. Технологія друкарських процесів.– Л.: Оріяна-Нова, 2003.– 208 с.
6. Оздоблення друкованої продукції: технологія, устаткування, матеріали: Навч. посібник / С. Гавенко, Е. Лазаренко, Б. Мамут та ін.– К.-Л.: Ун-т «Україна», УАД, 2003.– 180 с.
7. Справочная книга автора / Сост. А. В. Мельников.– Сумы: Унив. кн., 2004.– 396 с.
8. Зелінська Н. В. Наукове книговидання в Україні: Історія та сучасний стан: Навч. посіб.– Л.: Світ, 2002.– 268 с.
9. Малышкин Е. В., Мильчин А. Э., Павлов А. А., Шадрин А. Е. Настольная книга издателя.– М.: ОЛИМП, 2004.– 816 с.
10. Кипхан Г. Энциклопедия по печатным средствам информации. Технологии и способы производства: Пер. с нем.– М.: МГУП, 2003.– 1280 с.
11. Трубникова Г. Г. Технология брошюровочно-переплетных процессов.– М.: Книга, 1987.– 494 с.
12. Сава В. І. Основи техніки творення книги: Навч. посібник.– Л.: Каменярь, 2000.– 136 с.
13. Сава В. І. Художньо-технічне оформлення книги: Навч. посібник.– Л.: Оріяна-Нова, 2003.– 168 с.
14. Ярема С. М. Технічне редагування: Навч. посібник.– К.: Ун-т «Україна», 2003.– 284 с.
15. Стефанов С. И. Полиграфия для рекламистов и не только.– М.: Гелла-принт, 2002.– 352 с. ил.– (Рекламные технологии).
16. Иванова Т. М. Компьютерная обработка информации. Допечатная подготовка.– СПб: Питер, 2004.– 368 с.
17. Ткаченко В. П., Григор'єв А. Ф., Кулішова Н. Є., Киричок Т. Ю. Післядрукарські процеси: Навч. посібник для студентів напрямку «Видавничо-поліграфічна справа».– Х.: ХНУРЕ, 2005.– 128 с.
18. Ткаченко В. П., Манаков В. П., Шевчук А. В. Оперативні та спеціальні види друку. Технологія, обладнання: Навч. посібник для студентів напрямку «Видавничо-поліграфічна справа».– Х.: ХНУРЕ, 2005.– 336 с.
19. Ткаченко В. П., Цимбал Л. І. Основи метрології, стандартизації та управління якістю: Навч. посібник для студентів напрямку «Видавничо-поліграфічна справа».– Х.: ХНУРЕ, 2005.– 180 с.
20. Ткаченко В. П., Челомбітько В. Ф., Дорош А. К. Обробка текстової інформації у видавничих системах: Ч. І. Теоретичні основи обробки текстової інформації.– Х.: «Компанія СМІТ», 2007.– 308 с.

Додаток А

Авторський договір № ____

м. Харків

« ____ » _____ 200__ р.

ТОВ «Видавництво “Прапор”», надалі Видавництво, в особі директора Бобровнікової Л. О., що діє на підставі Статуту, і _____, надалі Автор, уклали даний Договір про нижченаведене:

1. Предмет Договору

1.1. Автор передає Видавництву **не/** виключні права терміном на ____ років від дня підписання Договору (**ухвалення рукопису**) на видання і перевидання в будь-якій матеріальній формі і розповсюдження в усьому світі Твору – _____ (назва умовна) всіма мовами світу загальним обсягом _____ авт. аркушів накладом без обмеження.

1.2. Автор зобов’язується передати Видавництву рукопис та ілюстрації в електронному вигляді не пізніше _____ 200__ року, а також брати участь в добиранні ілюстративного матеріалу. Рукопис вважається зданим у належному вигляді, якщо Видавництво протягом 30 діб після його отримання не висунуло Авторові вимоги про додаткове укомплектування або оформлення рукопису.

1.3. Протягом ____ наступних років від дня підписання Договору / Від дня підписання Договору і протягом ____ наступних років від дня ухвалення рукопису Автор зобов’язується не передавати для видання іншими організаціями зазначений у даному Договорі Твір або його частину без попередньої письмової згоди Видавництва.

1.4. Після закінчення терміну дії Договору продовжує діяти невиключне право Видавництва на розповсюдження примірників Твору, виданого згідно з Договором, до його повної реалізації.

2. Порядок розрахунків за Договором

2.1. Видавництво виплачує Авторові роялті, розмір якого визначається Додатковою угодою, що є невід’ємною частиною даного Договору.

3. Права й обов’язки Автора

3.1. Автор гарантує, що на момент укладення Договору не має аналогічних зобов’язань перед третіми особами. У разі виникнення претензій з боку третіх осіб з питань використання прав на видання та розповсюдження Твору Автор зобов’язується врегулювати суперечки, що виникли, самостійно. Автор гарантує, що є законним власником прав переданого за даним Договором Твору.

3.2. Автор зобов’язується за пропозицією Видавництва доопрацювати Твір або внести у нього виправлення, якщо схвалений Твір неможливо випустити в світ з обставин, що не залежать від Сторін, але він може бути зроблений придатним до видання шляхом доопрацювання або виправлення.

3.3. Автор має право вносити у Твір необхідні зміни й виправлення до моменту виготовлення оригінал-макету.

4. Права й обов’язки Видавництва

4.1. Видавництво зобов’язується не вносити без згоди Автора будь-які зміни у Твір.

4.2. Видавництво бере на себе зобов’язання здійснювати комерційну і рекламну діяльність з метою збільшення накладу Твору і підвищення його ліквідності, для чого може використовувати частини Твору для публікацій у періодичній пресі без додаткової угоди з Автором.

4.3. Видавництво виконує повний комплекс редакційно-видавничих робіт.

4.4. Видавництво виконує художнє оформлення обкладинки видання.

4.5. До закінчення терміну дії Договору Видавництво має право відмовитися від перевидання. Письмова відмова Видавництва дає Авторові право розпорядитися Твором на свій розсуд.

4.6. Видавництво має право на безкоштовне використання будь-яких частин або скорочених варіантів тексту без додаткового узгодження з Автором.

5. Відповідальність Сторін

5.1. За порушення умов Договору Сторони несуть відповідальність згідно з чинним законодавством України.

5.2. Відшкодування понесених витрат і виплата компенсацій не звільняє сторони від виконання зобов’язань за договором.

5.3. У разі порушення термінів надання рукопису, що передбачені у п. 1.2. даного Договору, Автор сплачує Видавництву штраф у розмірі 500 грн (п’ятсот гривень).

6. Термін дії Договору

6.1. Договір набирає чинності з моменту його підписання і завершує свою дію після закінчення терміну передачі **не** / виключних прав на видання Твору.

6.2. За взаємною згодою Сторін термін дії Договору може бути продовжений. Умови пролонгації обговорюються у додатковій угоді.

7. Порядок розірвання Договору

7.1. Договір може бути розірвано тільки за взаємною згодою Сторін, із проведенням повного взаєморозрахунку на момент розірвання Договору.

7.2. Сторона, що виявила бажання розірвати Договір, повинна письмово повідомити про це свого контрагента за два тижні.

7.3. У разі розірвання Договору з ініціативи Автора остання Сторона здійснює повну оплату виконаних Видавництвом робіт з підготовки до виходу Твору у світ за розцінками Видавництва та повертає отримане роялті.

7.4. У разі розірвання Авторського договору з ініціативи Видавництва виплачене Автором роялті поверненню не підлягає.

7.5. Сторони повертаються в первісне положення тільки після здійснення розрахунку.

8. Інші умови

8.1. Усі зміни й доповнення до Договору оформлюються у вигляді Додаткових угод до Договору.

8.2. Усі повідомлення за даним Договором завіряються підписом керівника і печаткою та направляються в письмовій формі рекомендованим листом або з поштом під розписку.

8.3. Умови Договору є комерційною таємницею.

8.4. Договір складений у двох дійсних примірниках, по одному для кожної зі Сторін.

8.5. Про зміну юридичних адрес і платіжних реквізитів Сторони зобов'язані негайно повідомити одне одного. До надходження повідомлення про зміну адрес і платіжних реквізитів усі дії, зроблені Сторонами за старими реквізитами, вважаються зробленими законно і захищаються у виконання ними своїх зобов'язань.

9. Адреса сторін та реквізити

ТОВ «Видавництво «Прапор»»	Автор
61002, Харків-2, вул. Чубаря, 11	Паспорт _____
р/р _____	Виданий _____
_____	Домашня адреса: _____
МФО _____	_____
ІНН _____	_____
_____	Ідентифікаційний код _____
Директор	Автор _____
видавництва _____	_____ підпис
_____ підпис	

Додаток Б

Перелік нормативно-технічної документації, розроблений ВАТ «Український науково-дослідний інститут поліграфічної промисловості ім. Т. Г. Шевченка»

1. ГСТУ 29.1-97. «Журнали. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги» зі зміною № 1.

2. ГСТУ 29.2-97. «Підручники і навчальні посібники для загальноосвітніх шкіл та інших типів середніх навчальних закладів. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги» зі змінами № 1 і № 2.

3. ГСТУ 29.3-2000. «Газети. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги».

4. ГСТУ 29.4-2001. «Обкладинки та палітурки. Типи».

5. ГСТУ 29.5-2001. «Видання книжкові. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги».

6. ГСТУ 29.6-2002. «Видання для дітей. Поліграфічне виконання. Загальні технічні вимоги».

7. ТУ У 29.005-95. «Календарі».

8. ТУ У 29.008-95. «Плакати».

9. ТУ У 29.010-95. «Бланки для облікової та звітної документації» зі зміною № 1.

10. КД 29.06-2001. «Оформлення та поліграфічне виконання друкованих засобів масової інформації».

11. Технологічна інструкція для процесу виготовлення форм офсетного друку на сенсibilізованих алюмінієвих пластинах зі світлочутливим шаром позитивного способу копіювання.

12. Технологічна інструкція для процесу виготовлення форм офсетного друку на сенсibilізованих алюмінієвих пластинах з світлочутливим шаром негативного способу копіювання.

13. Технологічна інструкція для процесу виготовлення друкарських форм на алюмінієвій фользі непрямим електрографічним способом.

14. Технологічна інструкція для процесу підготування паперу до друкування офсетним друком.

15. Технологічна інструкція для процесу підготування офсетних та універсальних друкарських фарб до друкування пробних та накладових відбитків.

16. Технологічна інструкція для процесу друкування на аркушних офсетних машинах малого формату.

17. Технологічна інструкція для процесу друкування на рулонних офсетних машинах малого формату.

18. Технологічна інструкція на процес друкування на рулонних офсетних машинах одинарної ширини.

19. Норми витрат фарби для друкування книжково-журнальної та образотворчої продукції на аркушних офсетних машинах.

20. Норми витрат фарби для друкування книжково-журнальної продукції на рулонних офсетних машинах.

21. Норми витрат фарби для друкування газетної продукції на рулонних офсетних машинах.

22. Нормативи відходів паперу при друкуванні книжково-журнальної та образотворчої продукції на аркушних офсетних машинах.

23. Нормативи відходів паперу при друкуванні книжково-журнальної продукції на рулонних офсетних машинах.

24. Нормативи відходів паперу при друкуванні газетної продукції на рулонних офсетних машинах.

25. Нормативи відходів паперу на брошувально-палітурних процесах.

26. Нормативи відходів паперу при флатуванні рулонів.

27. Норми витрат палітурних матеріалів на процесах виготовлення палітурок.

28. Норми витрат та нормативи відходів палітурного картону.

29. Інструкція з планування, обліку, калькулювання собівартості видавничої і поліграфічної продукції.

Додаток В

Постачальники витратних матеріалів для видавництв

ВИТРАТНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ФОТОФОРМНИХ ПРОЦЕСІВ

1. PAPERHOUSE

адреса: вул. Дегтярівська, 48, оф. 107, м. Київ, 04112

web-site: www.paperhouse.com.ua

тел.: (044)4832311

представництва в Дніпропетровську, Донецьку, Львові, Одесі, Сімферополі, Харкові

2. YAM INTERNATIONAL УКРАЇНА

адреса: вул. Урицького, 45, оф. 712, м. Київ, 03035

web-site: www.yam.com.ua

тел.: (044)5201601

представництва в Харкові, Сімферополі

3. ТОВ «ГЕЙДЕЛЬБЕРГ ДРУКАРСЬКІ МАШИНИ» УКРАЇНА

адреса: вул. Костянтинівська, 75, м. Київ, 04080

web-site: www.heidelberg.ua

тел.: (044)4676373

представництво у Західному, Східному, Південному регіонах

4. ТОВ МАК ХАУС

адреса: вул. Дегтярівська, 48, оф. 109, м. Київ, 04112

web-site: www.machouse.com.ua

тел.: (044)4619175

представництва в Одесі, Донецьку, Харкові, Дніпропетровську

5. ТОВ «НИССА УКРАЇНА»

адреса: вул. Васильківська, 1, оф. 116, м. Київ, 03040

web-site: www.nissa.ua

тел.: (044)4903460

представництва в Дніпропетровську, Одесі

6. ПОЛІГРАФІЧНІ СИСТЕМИ

адреса: вул. Очаківська 5/6, 3 пов., м. Київ, 03680

web-site: www.printsys.com.ua

тел.: (044)4960150

представництва в Дніпропетровську, Донецьку, Львові, Одесі, Севастополі, Харкові

7. ХК «УКРАЇНСЬКА ПОЛІГРАФІЧНА ГРУПА»

адреса: вул. Тампере, 5, м. Київ, 02105

web-site: www.upg.com.ua

тел.: (044)5010646

представництва у Львові, Харкові

8. ТОВ «ФОРТЕКС ТРЕЙДІНГ»

адреса: пр. 50-річчя Жовтня, 26, м. Київ, 03148

тел. (044)2053380

ПАПІР І КАРТОН

1. PAPER HOUSE

адреса: вул. Дегтярівська, 48 оф.107, м. Київ, 04112

web-site: www.paperhouse.com.ua

тел(044) 4832311

представництва в Дніпропетровську, Донецьку, Львові, Одесі, Сімферополі, Харкові

2. ТОВ «АВГУСТ ТРЕЙД»
адреса: вул. Голосіївська, 7, корп. 2, м. Київ, 03039
web-site: www.avgust.com.ua
тел.(044)5241422
представництва в Дніпропетровську, Донецьку, Львові, Харкові
3. ТОВ «БЕРЕГ УКРАЇНА»
адреса: вул. Димитрова, 14-б, м. Київ, 03150
web-site: www.bereg.net
тел. (044)2872074
4. ТОВ «СЛО»
адреса: вул. Воровського, 33, м. Київ, 01054
web-site: www.elo.ua
тел. (044)4518877
представництва в Дніпропетровську, Донецьку, Львові, Одесі, Сімферополі, Харкові
5. ТД «ЖИДАЧІВСЬКИЙ ПАПЕРОВИЙ КОМБІНАТ»
адреса: вул. Фабрична, 4, м. Жидачів, Львівська обл., 81700
web-site: www.osnova.ua
тел. (044)2010250
представництва в Києві, Дніпропетровську, Донецьку, Одесі, Харкові
6. ТОВ «ОРІОН-ЕКСПОРТ»
адреса: вул. Анрі Барбюса, 28-б, м. Київ, 03150
web-site: www.orion-ua.com
тел. (044) 5019830
представництва у Львові, Харкові
7. ТОВ ПКФ «РОМА»
адреса: вул. 40 років Радянської України, 39, м. Запоріжжя, 69037
web-site: www.roma.zp.ua
тел. (061)224-02-64
представництва в Києві, Дніпропетровську, Донецьку
8. ЗАТ «СТАЛКЕР КОМПАНІ»
адреса: вул. Дегтярівська, 36, оф. 508, м. Київ, 04119
web-site: www.stalker.com.ua
тел. (044)4907444
9. ТОВ «ЮНАЙТЕД ФОРЕСТ»
адреса: вул. Микольсько-Слободська, 2б, 4 під'їзд, 2 поверх, м. Київ, 02002
web-site: www.u-forest.com
тел. (044)4928786
представництва в Харкові, Львові, Дніпропетровську, Донецьку, Вінниці, Одесі, Сімферополі, Черкасах, Хмельницькому, Тернополі, Кривому Розі, Луцьку
10. ТОВ «ЕТАП ТВК»
адреса: вул. Горького, 18, оф. 3, м. Київ, 01004
web-site: www.etap.com.ua
тел. (044)5010212
представництва в Одесі, Харкові, Луцьку

ПАЛІТУРНІ МАТЕРІАЛИ

1. PAPERHOUSE
адреса: вул. Дегтярівська, 48, оф. 107, м. Київ, 04112
web-site: www.paperhouse.com.ua
тел.: (044)4832311

- представництва в Дніпропетровську, Донецьку, Львові, Одесі, Сімферополі, Харкові
2. ТОВ «АНКОР»
адреса: вул. Київська, 75, м. Київ, 08131
web-site: www.da.ua
тел.: (044)244550
представництва в Дніпропетровську, Донецьку, Одесі
 3. ТОВ «БЕРЕГ УКРАЇНА»
адреса: вул. Димитрова, 14-б, м. Київ, 03150,
web-site: www.bereg.net
тел. (044)2872074
 4. ТОВ «ВІЗАВІ»
адреса: вул. Червоноармійська, 29, м. Київ, 02660
web-site: www.vizavi.com.ua
тел. (044)5381621
 5. ТОВ «ПОЛІГРАФІЧНІ СИСТЕМИ»
адреса: вул. Очаківська 5/6, 3 пов., м. Київ, 03680
web-site: www.printsys.com.ua
тел.: (044)4960150
представництва в Дніпропетровську, Донецьку, Львові, Одесі, Севастополі, Харкові

ФАРБИ

1. YAM INTERNATIONAL УКРАЇНА
адреса: вул. Урицького, 45, оф. 712, м. Київ, 03035
web-site: www.yam.com.ua
тел.: (044)5201601
представництва в Харкові, Сімферополі
2. ТОВ «ГЕЙДЕЛЬБЕРГ ДРУКАРСЬКІ МАШИНИ» УКРАЇНА
адреса: вул. Костянтинівська, 75, м. Київ, 04080
web-site: www.heidelberg.ua
тел.: (044)4676373
представництво у Західному, Східному, Південному регіонах
3. ТОВ МАК ХАУС
адреса: вул. Дегтярівська, 48, оф. 109, м. Київ, 04112
web-site: www.machouse.com.ua
тел.: (044)4619175
представництва в Одесі, Донецьку, Харкові, Дніпропетровську
4. ТОВ «ПОЛІГРАФІЧНІ СИСТЕМИ»
адреса: вул. Очаківська 5/6, 3 пов., м. Київ, 03680
web-site: www.printsys.com.ua
тел.: (044)4960150
представництва в Дніпропетровську, Донецьку, Львові, Одесі, Севастополі, Харкові
5. ТОВ «СІКПА-СЕРВІС»
адреса: вул. Червоноткацька, 63, м. Київ, 02660
тел.: (044)5372896
6. ТОВ «ФОРТЕКС ТРЕЙДІНГ»
адреса: пр. 50-річчя Жовтня, 2б, м. Київ, 03148
тел. (044)2053380
7. ХК «УКРАЇНСЬКА ПОЛІГРАФІЧНА ГРУПА»
адреса: вул. Тампере, 5, м. Київ, 02105
web-site: www.upg.com.ua
тел.: (044)5010646
представництва у Львові, Харкові

*В. П. П'яченко, І. Б. Чеботарьова,
П. О. Киричок, З. В. Тригорова*

ЕНЦИКЛОПЕДІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ

**НАВЧАЛЬНИЙ
ПОСІБНИК**

Редактор
Коректори
Художній редактор
Технічний редактор

Підписано до друку 4.01.07. Формат 60×90^{1/16}.
Папір офсетний. Гарнітура Тип Таймс. Друк високий з ФПФ.
Умов. друк. арк. 13,44. Умов. фарбовідб. 13,86. Облік.-вид. арк. 16,19.
Тираж 3000 прим. Замовлення №

ВАТ «Видавництво 1Прапор».
61002, Харків-2, вул. Чубаря, 11.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 811 від 21.02.2002 р.

Надруковано з готових позитивів
на ВАТ «Харківська книжкова фабрика ім. М. В. Фрунзе»
61057, Харків, вул. Донець-Захаржевського, 6/8
Свідоцтво про реєстрацію
ДК № 1580 від 28.11.2003 р.