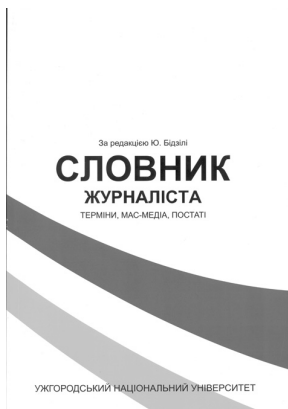


СЛОВНИК ЖУРНАЛІСТА: ТЕРМІНИ, МАС-МЕДІА, ПОСТАТИ / За заг. ред. Ю. М. Бідзілі. – Ужгород: ВАТ «Видавництво “Закарпаття”», 2007. – 224 с.

«У словнику-довіднику розтлумачено понад 800 медійних термінів, уведено нові поняття, які останнім часом використовуються у ЗМІ, подано інформацію про важливі періодичні видання України в минулому й тепер, представлені впливові часописи, інформаційні агенції, радіо- й телеканали, а також розміщено біографічні довідки про відомих журналістів світу. ... Видання розраховане на студентів, аспірантів, викладачів журналістики, *для на* [виправлення наше, С. А., В. О.] всіх, хто цікавиться історією, теорією та практикою медіа.» (див. с. 2).



Авторський колектив поставив перед собою амбіційне завдання створити новітній «Справочник журналіста», який в умовах сучасних технологій друку, технічних особливостей радіо й телебачення, глобалізаційних процесів у нинішньому інформаційному просторі замінив би відомі видання 60-х років минулого століття. Безперечно, проект потрібний усім «гравцям» на полі сучасних соціальних комунікацій, тому слід подякувати Фонду розвитку ЗМІ Посольства Сполучених Штатів Америки в Україні, який допоміг авторам з його реалізацією.

«Словник» містить розділи «Терміни» (розтлумачується значення понад 800 термінів, подається їхня етимологія), «Мас-медіа» (інформація про відомі газети і журнали, телерадіокомпанії та агенції, професійні організації журналістів

44 країн світу – близько 300 позицій), «Постаті» (більше 100 коротких біографічних довідок про журналістів, публіцистів і дослідників ЗМІ), список літератури (77 позицій), та два покажчики до розділів «Мас-медіа» та «Постаті».

На наш погляд, загалом автори виконали поставлене завдання. Однак детальне знайомство з текстом виявляє певні огріхи і дає підставу для деяких зауважень.

Спочатку щодо поліграфічної якості видання. Якість поліграфічного виконання на високому рівні. Навпаки, якість поліграфічного оформлення гірша... За браком місця утримаємось від подальшої деталізації. Скажемо лише, що верстальник має неухильно дотримуватись загальновідомих правил складання та верстки, бути послідовним (зважати на принцип єдиноподібності) у своїх діях.

Розглянемо зміст розділів. Безумовно, відібрати найкращим чином терміни, які стануть у пригоді майбутнім журналістам, вельми важке завдання навіть для значно більшого авторського колективу. Теж саме стосується й складових двох інших розділів. У передмові до «Словника» автори зазначають, що, з одного боку, вони намагалися допомогти студенту-журналісту знайти тлумачення значної кількості «модерних професійних термінів, значення яких студент не завжди знайде в доступних йому лексикографічних довідниках». З іншого боку, укладачі видання мали на меті зарадити певним авторитетним працям з журналістикознавства другої половини минулого століття, «що з плином часу вимагають продовжень, які б урахували потреби сьогодення» (див. с. 4).

Як нам видається, в першому розділі «Терміни» авторам не вдалося витримати баланс між цими двома підходами. Наприклад, чи варто було розглядати такий термін як «антена», присвячуючи йому аж шість рядків? Адже він якраз і може бути знайдений у доступних студенту лексикографічних довідниках.

А чим зумовлене включення до «Словника» терміну «середні хвилі»? Як відомо, радіомовлення ведеться також у діапазонах довгих, коротких й ультракоротких хвиль, для яких у «Словнику» місця не знайшлось. До речі, твердження, що *середні хвилі* «забезпечують першу категорію якості мовлення (у діапазоні відтворюваних частот 50 Гц – 10 КГц)», не відповідає дійсності – *несучі частоти* радіопередавачів у діапазонах довгих і середніх хвиль розташовуються через 9 КГц. Ця норма (смуга

відтворюваних частот) радше стосується мовлення у діапазоні ультракоротких хвиль.

У цьому ж розділі подано термін «кегель (кегель)», який тлумачиться як відстань між верхньою і нижньою стінками *літери*. Проте сам термін «літера» відсутній у «Словнику» і сумнівно, що сучасний студент обізнаний з ним. Те ж саме можна сказати і стосовно розкриття терміну «оборка» – використовується поняття *квадрату* – «одиниці вимірювання в друкарській системі мір». А що таке квадрат? Тлумачення відсутнє...

Трапляються випадки *дивного* роз'яснення як етимології окремих понять, так і опису пов'язаних з ними процесів. Термін «ай-стопер» автори чомусь асоціюють з *air-stop* (посадочний майданчик), а не з *eye-stop* (*eye* – око англійською мовою). Пояснюючи терміни «відеомонтаж», «фотомонтаж», автори-укладачі чомусь перекладають французьке *montage* як *підйом*, нехтуючи істинними варіантами – компонування, складання, монтування тощо. І це при тому, що у терміні «монтаж» з перекладом *use* гаразд (див. с. 56).

Наводячи українські аналоги англomовного *browser*, до цього терміну «браузер» упорядники додають не тільки «броузер», а ще й «бровзер»... Тоді за яким принципом «перекладається» це англійське слово, фонетичним, чи методом транслітерації?

Знайомлячись із терміном «фотонабір», зустрічаємось із наступним: «...потім знаки шрифту за допомогою *експонметра* записують на прозорому світлочутливому матеріалі (діапозитиві).»?!? До чого тут експонметр – прилад для визначення експозиції – *витримки* та *діафрагми*?

Є певні зауваження і стосовно розділу «мас-медіа». Ми розуміємо всю складність фонетичних проблем, які виникають при бажанні передати звучання оригінальних іноземних назв українською мовою. То якщо «переклад» англomовних назв вийшов більш-менш вдалим (не зважаємо на випадок “Radio Free Europe”), автори «Словника» не уникли помилок, опрацьовуючи деякі назви французьких мас-медіа. Наприклад, ніяк не можна погодитися з тим, що французька агенція «Agence France Presse» («*Ажанс Франс Прес*») «перекладається» як «Адженс ...»!

Здається, з французькою мовою упорядникам не пощастило. Наприклад, у слові *dossier* додана зайва буква *e* між *d* та *o* (див. с. 34), у слові *sujet* додана зайва буква *i* між *j* та *e* (див. с. 80). Відсутні або переплутані діакритичні елементи: замість *mémoires* надруковано *temoires* (див. с. 52),

замість *scène* надруковано *scéne* (див. с. 53). Слово *timbre* помилково перекладається як гучний (див. с. 80). Здається, у назвах додатків до «Львівської газети» (див. с. 107) упорядники також припустилися помилок: замість «Suppléments» надруковано «Supplemetts», замість «Les annonces» бачимо «Les annonse» (малоймовірно, що так писали ще співробітники пана Оссуді наприкінці XVIII століття). Французькою мовою прізвище Теофраста Ренодо (див. с. 195) надруковане з помилкою: *Renadot* замість *Renaudot* (пропущена буква *u*).

Прикро, що у «Словнику» забагато тривіальних помилок складання (набирання) тексту. Навіть посилання на авторитет Семюеля Джонсона (див. с. 4) не знімає з колективу упорядників та видавництва відповідальності за низьку якість підготовки рукопису до друку. Особливо, коли йдеться про довідкове видання.

Негаразди починаються вже на другій сторінці. Відразу виникає запитання, яка з двох назв правильна: «Мадіаперспектива» (див. анотацію) чи «Медіаперспектива» (див. копірайт)?

На п'ятнадцятій сторінці «друкарський знак у формі зірочки...» помилково названо «астерикс» (ім'я одного з головних героїв популярних мультиплікацій), а має бути «астериск».

Невідомо, з яких причин Йоганн Гутенберг став «Гуттенбергом» (див. с. 31, 181). І це не зважаючи на те, що англійською мовою прізвище подане вірно, з одною буквою *t* (див. с. 181).

Одне із значень терміну «текст» подане у вигляді «...друкарський шрифт, *кегли* якого дорівнюють 20 пунктам...» (див. с. 81). Потрібно писати – «...кегель якого дорівнює...».

Усі ці прикрі «непорозуміння», очевидно, сталися через хронічну нестачу часу на розробку проекту. Вони зайвий раз підкреслюють важливість функцій таких відповідальних осіб видавничого процесу, як *редактор* і *коректор*.

Побажаємо авторському колективу подальшої плідної праці над удосконаленням «Словника». Будемо сподіватися, що у наступному виданні упорядники врахують ці зауваження і недоліки будуть виправлені.

Сергій Азеєв, Володимир Оскрого