

Бондар Ю.В.,
завідувач кафедри соціальних комунікацій
Інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,
кандидат політичних наук
Ел. пошта: bondar1960@gmail.com

Yuriy Bondar,
Candidate of Political Sciences,
Head of the Department of Social Communications
Institute of Journalism
Taras Shevchenko National University
Email: bondar1960@gmail.com
ORCID iD 0000-0002-8490-6744

УДК 655: 303.433.2: [004.738.52]: 02

DOI: 10.28925/2524-2644.2020.1.12

РЕЦЕНЗІЯ НА НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК ШПАКА ВІКТОРА ІВАНОВИЧА «ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК ВИДАВНИЧОГО БІЗНЕСУ: КНИГА РЕДАКТОРА»



REVIEW OF VIKTOR IVANOVYCH SHPAK'S REFERENCE BOOK TERMINOLOGICAL DICTIONARY OF PUBLISHING BUSINESS: EDITOR'S BOOK

Навчальний посібник В.І. Шпака «Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора» з'явився друком у 2020 р. Віктор Іванович Шпак має значний досвід викладацької, наукової, організаційної (Національна академія наук вищої освіти України) та професійної (Українська видавничо-поліграфічна компанія «Експрес-об'ява») роботи. Пропонований словник охоплює понад 2 тисячі термінів та узагальнює сучасні трактування основних термінів видавничого бізнесу з наведенням їхнього перекладу англійською мовою.

Ключові слова: В.І. Шпак, «Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора», навчальний посібник.

The reference book "Terminological Dictionary of Publishing Business: Editor's Book" by Viktor Shpak was published in 2020. Viktor Ivanovych Shpak has significant experience in teaching, research, organizational (National Academy of Sciences of Higher Education), and professional (Ukrainian Publishing and Printing Company "Express-Obiava") activity. The proposed dictionary covers more than 2 thousand terms and summarises modern interpretations of the basic terms of the publishing business with their translation into English.

Key words: Viktor Ivanovych Shpak, "Terminological Dictionary of Publishing Business: Editor's Book".

Рецензований словник можна віднести до фахових видань нового покоління, він є надійним джерелом термінології та лексики. На перший погляд, це вузькоспеціалізоване видання, проте воно не тільки торкається медійної проблематики, але й охоплює питання маркетингу, менеджменту, редакційно-видавничої підготовки та виготовлення друкарської продукції. Завдяки комплексному підходу й актуальності вміщеного матеріалу словник може стати цінним інструментом для науковців, викладачів, фахівців-практиків з різних сфер видавничої діяльності, а також для студентів і аспірантів, які опановують видавничі спеціальності.

Суттєвим надбанням є введення в структуру словника англійських відповідників українським термінам, що особливо важливо, оскільки сьогодні частка англійських текстів

у світовій спеціальній літературі щорічно зростає, як і міжнародний фаховий обмін досвідом у цій галузі (конференції, ознайомлювальні поїздки, академічні обміни тощо). Проте в Україні, що активно інтегрується у світовий простір, досі не було якісного українсько-англійського словника з видавничого бізнесу. Саме тому слід вітати появу рецензованого видання, покликаною заповнити цю прогалину в українському термінознавстві та лексикографії.

У словнику відображено найінформативніші терміни з вищеперелічених питань, що недавно з'явилися й поки що не висвітлені у спеціальній літературі. Водночас упорядник утримався від включення у словник мовоживаних і застарілих наукових понять, сучасне застосування яких потребує уточнення.

Словник упорядкування В.І. Шпака достатньо солідне, як для спеціалізованого, видання (понад

2 тис. термінів), побудоване за алфавітною системою. Структура словника є водночас стислою та інформативною. Крім визначень терміна, словникова стаття може репрезентувати різні аспекти його характеристики; залежно від цього виклад статті є стислим чи розгорнутим.

Важливо відзначити величезний практичний досвід роботи упорядника, що дозволило йому створити міжгалузевий характер видання.

На мою думку, рецензоване довідникове видання робить вагомий внесок в утвердження української мови у науковій термінології з питань видавничого підприємства, що, без сумніву, спричинить подальший позитивний вплив на ширше використання рідної мови у науковій сфері.

Сподіваюсь, що автор не зупиниться на досягнутому і надалі розширить і доповнить

роботу новою термінологією, що з розвитком та глобалізацією науки буде дедалі більше включатися у науковий, педагогічний та виробничий процеси.

По суті «Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора» В.І. Шпака є навчальним посібником, який доповнює його теоретико-практичний курс «Управління сучасним видавництвом: книга редактора». Враховуючи науковий підхід, значний обсяг термінологічних матеріалів, робота рекомендується для застосування у викладацькій діяльності та у практичній роботі видавничих підприємств.

Подано до редакції: 13.04.2020 р.

Прийнято до друку: 20.06.2020 р.

Бондарь Ю.В., заведующий кафедрой социальных коммуникаций Института журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, кандидат политических наук

РЕЦЕНЗИЯ НА УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ШПАКА ВИКТОРА ИВАНОВИЧА
«ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ ИЗДАТЕЛЬСКОГО БИЗНЕСА: КНИГА РЕДАКТОРА»

Учебное пособие В.И. Шпака «Терминологический словарь издательского бизнеса: книга редактора» издано в 2020 г. Виктор Иванович Шпак имеет значительный опыт преподавательской, научной, организационной (Национальная академия наук высшего образования Украины) и профессиональной (Украинская издательско-полиграфическая компания «Экспрес-об'ява») работы. Предлагаемый словарь охватывает более 2 тысяч терминов и обобщает современные трактовки основных терминов издательского бизнеса с указанием их перевода на английский язык.

Ключевые слова: В.И. Шпак, «Терминологический словарь издательского бизнеса: книга редактора», учебное пособие.