

У.К. Касько

---

# Выдавецкая справа ў тэрмінах

Мінск  
 «Вышэйшая школа»  
2019

УДК 655.4/.5(038)

ББК 76.17я2

К28

Р е ц е н з е н т ы: доктор філалагічных навук, прафесар *В.П. Рагойша*;  
кандыдат філалагічных навук, дацэнт *С.В. Дубовік*

*Усе правы на дадзенае выданне абаронены. Узнайленне ўсёй кнігі ці  
любой яе часткі не можа быць ажыццёўлена без дазволу выдавецтва.*

**ISBN 978-985-06-2461-1**

© Касько У.К., 2019

© Афармленне. УП «Выдавецтва  
“Вышэйшая школа”», 2019

# УВОДЗІНЫ

---

У энцыклапедычнай літаратуры паняцце *слоўнік* трактуецца наступным чынам.

1. Лексіка, слоўнікавы састаў мовы, дыялекту, пэўнай сацыяльнай групы, асобнага пісьменніка і г.д. 2. Даведальная кніга, якая змяшчае збор размеркаваных па пэўным прынцыпе слоў (або марфем словаспалучэнняў, ідыём), багатая на звесткі аб іх значэннях, ужыванні, паходжанні, перакладзе на іншыя мовы і г.д. (лінгвістычны слоўнік), або інфармацыю аб паняццях, прадметах, якія яны абазначаюць, аб дзеяхах у розных галінах навукі, культуры і інш. (энцыклапедычны слоўнік).

Сучасная развітая сістэма шматлікіх тыпаў слоўнікаў бярэ пачатак з глыбокай старажытнасці, так званых гласарыяў – зборнікаў глос (тлумачэнняў маларазумелых слоў у тэкстах) і вакабулярыяў (зборнікаў слоў для вучэбных, культурных і іншых мэт). У Грэцыі з V ст. да н.э. пачалі стварацца гласарыі, у Кітаі з канца I ст. да н.э. – пачатку I ст. н.э. складаліся розныя слоўнікі – дыялектныя, сінанімічныя, рытмічныя і г.д. Да старажытных можна аднесці слоўнік цюркскіх моў Махмуда Кашгары «Собрание тюркских наречий» (1072–1073). Але, як ні дзіўна, сур'ёзных слоўнікавых сістэм у свеце не так і многа – гэта Oxford, Collins, Merriam Webster (Англія), Duden, Langenscheidt (Германія), Larousse і La Rober (Францыя) і некаторыя іншыя. Ключавыя элементы ўсіх сістэм – гэта вялікія ўніверсальныя слоўнікі моў, якія аб'ядноўваюць тлумачэнні, фразеалогію, арфаэпію, граматычнае спалучэнне і г.д. Каб рэалізаваць гэтыя праекты, у названых вышэй і іншых краінах працавалі цэлыя інстытуцы, бо гэта справа, па сутнасці, з'яўляецца састаўной часткай абароны нацыянальных інтарэсаў.

У старажытнаруускай пісьменнасці ўжо ў XIII ст. пачалі з'яўляцца прыкладзеныя да рукапісных тэкстаў невялікія зборы іншаземных або незразумелых царкоўна-кніжных слоў (напрыклад, гласарый, што быў прыкладзены да «Новгородской кормчей»). Аналагічныя слоўнікі складаліся ў XVI–XVII стст. у Ноўгарадзе і Маскве.

Узрастаючыя культурныя запатрабаванні ў перыяд фарміравання і развіцця літаратурных нацыянальных моў, навукі і тэхнікі Новага часу выклікалі з'яўленне слоўнікаў

розных тыпаў, якія паводле зместу падраздзяляюцца на энцыклапедычныя, біяграфічныя, лінгвістычныя. У сваю чаргу гэтыя слоўнікі вызначаюць напрамкі стварэння новых мадыфікацый. Энцыклапедычныя слоўнікі даюць апісанні прадметаў і з'яў, што абазначаюцца словамі (тэрмінамі), а таксама ўключаюць у свой склад тлумачэнні рознага роду ўласных назваў, імёнаў дзеячаў, геаграфічных назваў, устаноў, падзей і г.д. Яны могуць быць агульнымі, якія ахопліваюць усе галіны культуры, як, напрыклад, «Энциклопедический словарь» Ф.А. Бракаўза і І.А. Эфрона (82 асноўныя і 4 дадатковыя паўтамы, 1890–1907), Большая Советская Энциклопедия (65 тамоў і дапаўненне, 1926–1947), або прыватнымі, якія змяшчаюць тэрміналогію пэўнай галіны навукі або тэхнікі.

Калі ў Беларусі пачалі задумвацца над значэннем літаратурных тэрмінаў, адказаць складана. Яшчэ ў «Предисловии в притчи премудрого Соломона, царя Израилева» (1517) Францыск Скарына тлумачыў «людзям паспалітым» сэнс многіх філасофскіх і літаратурных твораў.

Лаўрэнцій Зізаній у кнізе «Грамматика словенска...» (Вільня, 1596) упершыню ў практыцы ўсходніх славян выклаў асновы вершаскладання. Зыходзячы з прынцыпаў антычнага верша, ён растлумачыў такія паняцці, як метр, стапа, вызначыў некаторыя вершаваныя памеры.

Лекцыі Мацея Сарбеўскага, якія ён чытаў у Полацкай езуіцкай калегіі ў 1618–1627 гг., ляглі ў аснову дзвюх яго фундаментальных прац – «Курс паэтыкі» і «Пра дасканалую паэзію, або Вергілій і Гамер». У іх аўтар даў разгорнутае тлумачэнне многім паняццям, што адносяцца да родаў, відаў і жанраў мастацкай літаратуры, яе спецыфікі, структуры, функцый.

Тэрміналагічная работа праводзілася ў Беларусі і ў больш познія часы. Інстытут беларускай культуры (Інбелкульт) падрыхтаваў 24 выпускі навуковай тэрміналогіі. Далучыўся да гэтай работы і Янка Купала. Працуючы старшынёй гуманітарнай секцыі Інбелкульту, ён апублікаваў у 1923 г. працу «Практыка і тэорыя літаратурнага мастацтва» ў серыі «Беларуская навуковая тэрміналогія» (вып. 2). Работа ў гэтым напрамку праводзілася і ў Інстытуце мовазнаўства імя Якуба Коласа, у тэрміналагічнай камісіі пры выдавецтве «Беларуская Савецкая Энциклапедыя», у навучальных установах рэспублікі.

Карыстаючыся купалаўскай тэрміналогіяй, Максім Гарэцкі ўключыў у трэцяе выданне сваёй знакамітай «Гісторыі беларускае літаратуры» (Вільня, 1920) раздзел «Назваслоўе», дзе ў даходлівай форме растлумачыў 344 літаратурныя тэрміны.

Новы этап у гісторыі беларускага літаратуразнаўчага словалетапісу пачаўся ў 60-я гг. XX ст. Ён увабраў як дасягненні ўсяго айчыннага літаратуразнаўства (працы А. Адамовіча, Р. Бязрозкіна, Н. Гілевіча, У. Гніламёдава, М. Грынчыка, В. Жураўлёва, В. Каваленкі, А. Лойкі, М. Мушынскага, І. Навуменкі, А. Яскевіча і інш.), так і здабыткі славянскай, найперш рускай, украінскай і польскай, тэарэтыка-літаратурнай думкі. Менавіта на іх глебе з'явіліся першыя ў пасляваеннай Беларусі «Кароткі літаратуразнаўчы слоўнік» А. Макарэвіча (1963), а таксама «Слоўнік літаратуразнаўчых тэрмінаў» М. Лазарука і А. Ленсу (1983), «Тэорыя літаратуры ў тэрмінах» (2001) і «Паэтычны слоўнік» (2004) В. Рагойшы.

За апошнія гады адбыліся прынцыповыя змены ў выдавецкай сферы. Прыняты новыя законы «Аб аўтарскім праве і сумежных правах», «Аб рэкламе», «Аб выдавецкай справе ў Рэспубліцы Беларусь», «Аб сродках масавай інфармацыі». Укараняюцца абноўленыя нормы стандартызацыі. Значна ўдасканалена паліграфічная база: выкарыстоўваюцца найноўшыя паліграфічныя матэрыялы, шрыфты, шырэнь прымяняецца шматфарбнасць. Стабільна працуюць дзяржаўныя і прыватныя выдавецтвы, якіх сёння налічваецца звыш 500. Узнікаюць новыя прафесіі, тэхналогіі, віды літаратуры.

Фарміраванню новай выдавецкай сістэмы Беларусі садзейнічае глабалізацыя інфармацыйнай прасторы, уключэнне айчыннай вытворчасці кнігі ў сусветную выдавецкую супольнасць, што дае магчымасць вывучаць багаты міжнародны вопыт і прадуктыўна ўкараняць яго ў практыку.

Дыверсіфікацыя выдавецкага бізнесу прывяла да змен і на рынку вакансій, узрос попыт на высокакваліфікаваных спецыялістаў па маркетынгу.

На фундаменце літаратуразнаўчых прац у апошнія гады сталі праводзіцца тэрміналагічныя даследаванні ў беларускай журналістыцы: выйшлі працы В.П. Вараб'ёва, С.В. Дубовіка «Журналістыка: ад А да Я. Даведнік» (2002),

С.В. Дубовіка «Даведнік журналіста» (2006), У.К. Касько «Слоўнік выдавецкіх тэрмінаў» (2012). У іх не толькі разглядаюцца асноўныя прафесіянальныя тэрміны і паняцці журналістыкі, але і падаецца багаты інфармацыйны матэрыял, што непасрэдна датычыцца гэтай галіны.

У прапануемай чытачу кнізе дэталёва патлумачаны і вызначаны новыя дэфініцыі, раскрыта традыцыйнае і сучаснае іх нападзенне. Улічаны рэкамендацыі Нацыянальнай кніжнай палаты Беларусі, арганізацый і рэцэнзентаў, якія прымалі ўдзел у абмеркаванні рукапісу кнігі. Абагульнены вопыт працы лепшых выдавецкіх, паліграфічных, кнігагандлёвых калектываў краіны, маркетологаў, кнігарспаўсюджвальнікаў.

У дэфініцыях слоўніка прасочваецца пераемнасць і перспектывнасць прымянення тэрміналагічнага апарату на практыцы.

Па традыцыі матэрыялы ў кнізе размяшчаюцца ў алфавітным парадку. Кожнаму тэрміну прысвячаецца інфармацыя, часта пашыраная, або невялікі артыкул. Слова, узятыя з замежных моў, указваюцца толькі ў выпадках, калі яны могуць патлумачыць значэнне тэрмінаў. Робяцца спасылкі на крыніцы, з якімі карысна супаставіць выкладаемы матэрыял.

У Дадатку прыведзены вытрымкі з нарматыўных прававых актаў у сферы выдавецкай дзейнасці.

Асноўная мэта кнігі – дапамагчы работнікам сучасных выдавецтваў (ад кіраўніка да карэктара) даведацца, што азначае той ці іншы выдавецкі тэрмін, пазнаёміцца з нарматыўнымі і даведачнымі матэрыяламі, метадычнымі рэкамендацыямі, якімі варта кіравацца ў практычнай дзейнасці. Выданне будзе карысна і людзям, якія не маюць спецыяльнай журналісцкай адукацыі: студэнтам, паліграфістам, маркетологам, работнікам сферы кнігагандлю і кнігараспаўсюджвання, а таксама ўсім, хто любіць і паважае кнігу.

# ЛОЦМАНЫ СЛОЎНАГА МОРА

## Тэрміны выдавецкай справы

Любіце кнігу, бо яна крыніца  
мудрасці, ведаў і навукі, лекі  
для душы.

*Ф. Скарына*



**АБАВЯЗКОВЫЯ ЭКЗЭМПЛЯРЫ ВЫДААННЯЎ.** Экзэмпляры, якія перадаюцца іх вытворцамі праз паліграфічныя прадпрыемствы ва ўстановы і ведамствы бясплатна або за плату ў парадку, што ўстаноўлены дырэктыўнымі органамі і заканадаўствам.

**АБАНЕМЕНТ** (фр. abonnement). У бібліятэчнай справе – форма абслугоўвання чытачоў, якая заключаецца ў прадастаўленні ім права карыстацца творамі друку.

**АБАНЕНТ.** У бібліятэчнай справе – асоба ці арганізацыя, якія карыстаюцца паслугамі бібліятэкі.

**АБ'ЁМ ВЫДААННЯ.** Велічыня, якая вызначаецца колькасцю старонак у выданні або колькасцю ўлікова-выдавецкіх аркушаў у ім.

**АБ'ЁМ КНІГІ (ЧАСОПІСА).** Колькасць друкаваных аркушаў.

**АБ'ЁМ РУКАПІСУ.** Колькасць аўтарскіх аркушаў.

**АБЖЫМ КНІГ.** Прасаванне кніг у пераплёце.

**АБЗАЦ** (ням. Absatz – водступ). 1. Водступ управа ў пачатку радка друкаванага або рукапіснага тэксту (чырвоны радок). 2. Частка тэксту паміж двума такімі водступамі, якая характарызуецца фармальнай звязнасцю і адноснай сэнсавай паўнатой. Абзац залежыць перш за ўсё ад індывідуальных стылістычных асаблівасцей, аўтарскага густу, а таксама ад жанру твора, ступені экспрэсіўнасці тэксту.

**АБЛІЧБАВАННЕ.** Ператварэнне зыходных даных арыгінала з аналагавай формы ў лічбавую для ўводу ў ЭВМ.

**АБНАРОДАВАННЕ ТВОРА.** Ажыццёўленае са згоды аўтара дзеянне, якое робіць твор даступным для шырокай аўдыторыі шляхам яго апублікавання, публічнага выканання, паказу або іншым спосабам.

**АБОРКА.** Частка паласы набору, якая мае звужаны фармат для завёрсткі збоку ілюстрацыі або табліцы.

**АБРАЖЭ** (фр. *abrégé* – кароткае іслажэнне). Пералік асноўных тэм або ўнутраных загаловаў главы (падроздзела), змешчаны перад яе тэкстам пасля загалова. Абражэ ўжываецца, каб падрыхтаваць чытача да разумення тэксту, заінтрыгаваць або дапамагчы выбраць для чытання тую частку, якая яго цікавіць.

**АБРЫСЫ ШРЫФТУ.** Графічныя асаблівасці шрыфту, якія не мяняюць яго малюнка, уплываюць на знешні выгляд літар і знакаў, у многім залежаць ад нахілу (прамы, курсіўны, нахільны), таўшчыні штрыхоў (светлы, паўтлусты, тлусты), шырыні літар і знакаў (нармальныя, вузкія, шырокія).

**АБРЭВІЯТУРА.** Умоўнае скарачэнне слоў, напрыклад: і г.д. (і гэтак далей), абазначэнне некалькіх слоў іх пачатковымі літарамі: БДУ (Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт).

**АБРЭЗ КНІЖНАГА БЛОКА.** Верхні, бакавы, ніжні край кніжнага блока, які падвяргаецца трохбаковай абрэзцы, зафарбоўцы, залачэнню, таршанаванню.

**АБТРАўКА.** Аперацыя па апрацоўцы растравых клішэ, мэтай якой з'яўляецца аслабленне або ўдаленне фону, які акружае выяву (фота «ў абтраўку»).

**АБ'ЯВА.** Лаканічны вусны, пісьмовы або друкаваны тэкст, у якім змяшчаецца спецыяльная інфармацыя. Структурна павінна мець адказы на пытанні: «Хто?», «Дзе?», «Што паведамляецца?», «Дзе і калі адбудзецца факт або падзея, якія даводзяцца да агульнага ведама?». Гэты найбольш кампактны і папулярны жанр рэкламы інтэрпрэтуецца як жанр дзелавой інфармацыі.

**АВАНТЫТУЛ.** Першая старонка кнігі, размешчаная перад тытулам. На авантытуле змяшчаюць, як правіла, невялікі тэкст або ілюстрацыю, надзагалоўчаныя даныя.

**АГЕНТ.** Юрыдычная або фізічная асоба, якая заключае здзелкі куплі-продажу ў інтарэсах другой асобы за яе кошт і ад яе імя, але без права подпісу. Рэкламны агент – асоба, якая прадстаўляе аддзел рэкламы выдавецтва або агенцтва і ажыццяўляе ад іх імя кантакты з іншымі арганізацыямі.

**АГЕНЦТВА ДРУКУ.** Арганізацыя, якая займаецца зборам інфармацыі, яе апрацоўкай і забеспячэннем ёю газет, часопісаў, радыё, тэлебачання, выдавецтваў, урадавых устаноў і інш.



**АГЕНЦТВА РЭКЛАМНАЕ.** Прафесіянальная арганізацыя, якая прадстаўляе сваім кліентам поўны або абмежаваны аб'ём паслуг, звязаных з планаваннем і арганізацыяй рэкламы, па даручэнні і за сродкі рэкламадаўцы. Існуюць поўнасервісныя і спецыялізаваныя агенцтвы.

**АГІТАЦЫЯ.** Інфармацыйная дзейнасць з функцыяй падрыхавання, разглядаецца як завяршальны этап прапаганды.

**АГЛЯД.** Адна з моцных форм уздзеяння на прэсу, артыкул, абагульняючы досвед СМІ, які дапамагае рэдакцыям вызначыць дакладны кірунак у працы, засяродзіцца на галоўным. Уяўляе сабою аналіз зместу выдання ці праграмы (агульны ці тэматычны) з пэўнымі, якія абапіраюцца на факты, меркаваннямі адносна карэктароўкі трактоўкі якой-небудзь праблемы, неабходнай з прычыны падмены першарадных фактаў другараднымі.

**АГУЛЬНАВЫДАВЕЦКІ САБЕКОШТ.** Расходы на вытворчасць выданняў без камерцыйных (невыворчых) расходаў.

**АГУЛЬНАЕ РЭДАГАВАННЕ.** Від рэдагавання, пры якім рэдактар дапамагае аўтару або аўтарскаму калектыву дасягнуць адзінства зместу і формы, пазбегнуць супрацьлегласцей, фактычных недакладнасцей, але не закранае спецыяльных бакоў твора.

**АГУЛЬНЫ АБ'ЁМ.** Сума аб'ёмаў выданняў, выпушчаных выдавецтвам (выдавецтвамі) за пэўны перыяд; агульная колькасць экзэмпляраў у тыражах усіх гэтых выданняў.

**АГУЛЬНЫ ЛІСТАЖ.** Сума аб'ёмаў выдання, выпушчаных выдавецтвам за пэўны перыяд часу.

**АГУЛЬНЫ ТЫРАЖ.** Сума тыражоў выдання, выпушчаных выдавецтвам за пэўны перыяд часу (агульная колькасць экзэмпляраў у тыражах гэтых выданняў).

**АДЫТАК.** Тэкст, графічнае адлюстраванне на паперы або іншым матэрыяле, атрыманае з дапамогай любой паліграфічнай тэхнікі.

**АДЫЎКА.** Спосаб нешыфтавога выдзялення тэксту шляхам павелічэння прабелаў паміж асобнымі фрагментамі тэксту або элементамі паласы набору.

**АДКРЫТАЯ ВЁРСТКА.** Вёрстка, пры якой ілюстрацыя або табліца мяжуецца на паласе з асноўным тэкстам зверху або знізу, а пры аборцы яшчэ і збоку.

**АДЛЁТ.** Правы верхні вугал паласы.

**АДМЕН.** Спецыяліст па рэкламе, рэкламны агент.

**АДРАСАНАТ.** Адпраўшчык інфармацыі ў сістэме адраснай сувязі.

**АДРАСАТ.** Рэцыпіент, спажывец інфармацыі ў сістэме адраснай сувязі.

**АДСТАЎ.** Палоска шчыльнай паперы (пры закругленым карашку кніжнага блока) або кардону (пры прамым карашку), якую наклеіваюць на ўнутраны блок пакрыццёвага пераплетнага матэрыялу паміж старонкамі пераплетнага вечка для таго, каб даўжэй захаваць форму карашка ў гатовай кнізе і не дапусціць псавання ціснення або маляўнічага адбітка на карашку пераплетнага вечка.

**АІДА.** Адна з мадэляў рэкламнага звароту (абрэвіатура англійскіх слоў «увага», «зацікаўленасць», «жаданне», «дзеянне»).

**АКАДЭМІЧНАЕ ВЫДААННЕ.** Навуковае выданне твора (твораў) любога віду літаратуры з навукова вывераным тэкстам, якое ўключае варыянты, рэдакцыі, дакументальныя крыніцы з падрыхтаваным апаратам, што падводзіць вынікі вывучэння дадзенага твора і творчасці аўтара. Паколькі такія выданні патрабуюць вялікіх калектыўных навуковых намаганняў, глыбокіх энцыклапедычных ведаў, яны рыхтуюцца акадэмічнымі ўстановамі, у сувязі з чым атрымалі адпаведную назву.

**АКАНТОЎКА БЛОКА.** Абклеіванне карашка блока па ўсёй даўжыні каленкорам, мікракрапіраваным або крафтапапяровым нятаканым клеявым матэрыялам. Гэта робіць блок кампактным, спрашчае яго ўстаўку ў пераплетнае вечка, павялічвае трываласць.

**АКЛАД (КНІЖНЫ).** Дэкаратыўнае пакрыццё пераплетнага вечка старадаўняй кнігі; выконваўся з цвёрдых матэрыялаў: слановай косці, золата, срэбра, волава з прымяненнем чаканкі, ліцця, ціснення, кавання, чарнення, філіграні; упрыгожваўся накладной эмаллю, каштоўнымі камянямі.

**АКЦЫДЭНЦЫЯ** (лац. *accidentia* – выпадак). 1. Заказ на невялікую паліграфічную работу. 2. Малааб'ёмная друкаваная прадукцыя (аб'явы, афішы, візітоўкі, запрашальныя білеты і г.д.), для афармлення якой выкарыстоўваюцца розныя дэкаратыўныя шрыфты, узорныя арнаменты, лі-

нейкі шматлікіх малюнкаў, прадметна-сюжэтныя ўпрыгожанні, асобныя прыёмы размяшчэння радкоў тэксту і г.д.

**АКЦЫЯНЕР.** Уладальнік каштоўных папер, саўладальнік сродку масавай інфармацыі, створанага ў форме акцыянернага таварыства. Валодае акцыямі, якія пацвярджаюць памер яго долі ў статутным капітале акцыянернага таварыства і даюць права на атрыманне дывідэндаў.

**АЛАГІЗМ** (грэч. а – не (адмоўная часціца) і лат. logismos – розум). Спалучэнне несумяшчальных з лагічным мысленнем паняццяў, якія ствараюць той ці іншы стылістычны эфект, напрыклад «Людзі на балоце», «Босыя на вогнішчы» і г.д.

**АЛГАРЫТМ.** Паслядоўнасць дзеяння, якую неабходна выканаць для вырашэння пастаўленай задачы.

**АЛІГАТ.** Прыплеценны адно да аднаго выданні або кнігаперакрутка, зборнік, які ўключае два творы, кожны з якіх пачынаецца са сваёй старонкі пераплёту або вокладкі; для чытання кожнага зборніка іх трэба перавярнуць. У кожнага твора існуе свой тытульны ліст, свая пагінацыя.

**АЛФАВІТ.** Ад назвы дзвюх першых літар грэчаскага алфавіта – *альфа* і *бэта*, азбука, упарадкаваная пэўным чынам сістэма графічных знакаў, якія праз асобныя гукавыя элементы перадаюць гукавы сэнс слоў. Алфавітам называюць і сам парадак літар, устаноўлены для пэўнай мовы. На алфавіце замацавана большасць сучасных нацыянальных сістэм пісьма.

**АЛЬБОМ.** Кніжнае або камплектнае ліставое выяўленчае выданне, як правіла, з тлумачальным тэкстам.

**АЛЬГРАФІЯ.** Спосаб плоскага друку на афсетнай машыне з друкавальнай формы, вырабленай на алюмініевай пласціне; разнавіднасць літаграфіі.

**АЛЬМАНАХ** (араб. al-manakh – каляндар). Неперыядычны зборнік, у якім змяшчаюцца звесткі з розных галін грамадскай дзейнасці, звычайна з указаннем літаратурных навінак, навуковых дасягненняў, заканадаўчых змяненняў і г.д. Літаратурны альманах – зборнік літаратурных твораў розных аўтараў. Як правіла, матэрыялы ў ім аб'яднаны па нейкай прыкмеце – тэматычнай, жанравай.

**АЛЬФАТЫП.** Электронная фотанаборная машына.

**АМБАЛАЖ.** Шчыльная папера, у якую ўпакоўваюць рулоны друкарскай або іншай паперы.

**АНАГРАМА** (грэч. ана... – пера... і грамма – літара). Перастаноўка літар у слове, у выніку якой утвараецца новае слова, напрыклад: мука – кума. Анаграмы часта выкарыстоўваюцца журналістамі і пісьменнікамі пры стварэнні псеўданімаў.

**АНАЛІЗ АЎДЫТОРЫІ.** Даследаванне, якое праводзіцца для выяўлення тых якасцей, якія цэняць чытачы, а таксама для вызначэння параўнальнай ацэнкі розных выданняў-канкурэнтаў.

**АНАЛІЗ КАНКУРЭНТАЎ.** Ідэнтыфікацыя галоўных канкурэнтаў: ацэнка іх мэт і стратэгіі, моцных і слабых бакоў, стэрэатыпаў паводзін на рынку.

**АНАЛІЗ МАРКЕТЫНГУ.** Даследаванне рынкаў і знешняга асяроддзя маркетынгу з мэтай выяўлення праблем, недахопаў, перспектывы яго дзейнасці.

**АНАЛІЗ ТВОРА.** Падзел твора на структурныя ўзроўні, выяўленне іх асаблівасцей і ўзаемасувязей з мэтай больш глыбокага яго разумення.

**АНАНІМ** (грэч. анонимос – безыменны). Аўтар пісьма або артыкула, які не называе сваё прозвішча. Ананімныя допісы, як правіла, не прымаюцца да друку, але могуць даць падставу для правядзення журналісцкага расследавання.

**АНАНІМНАЕ ВЫДАННЕ.** Монавыданне або аўтарскі зборнік, у выхадных даных якіх не ўказваецца аўтар.

**АНАТАЦЫЯ** (лац. annotatio – заўвага). Лаканічная характарыстыка кнігі, артыкула і г.д., якая ў асноўным перадае іх змест і дае ацэнку. У выданні можа быць надрукавана ў складзе анатаванай карткі, на клапане супервокладкі, на задняй старонцы вокладкі, на абароце тытульнага ліста (выдавецкая анатацыя).

**АНКЕТА** (фр. enquête – расследаванне). Апытальны ліст для атрымання якіх-небудзь звестак адносна сацыяльных, палітычных праблем, з’яў культуры або журналісцкай дзейнасці.

**АНОНС** (фр. annonce – аб’яўленне). Паведамленне аб будучых канцэртах, вернісажах, кінафестывалях, кніжных кірмашах, масавых гуляннях, якое публікуецца без каментарыяў.

# ЗМЕСТ

---

---

Уводзіны .....	3
<b>Лоцманы слоўнага мора</b> .....	7
Тэрміны выдавецкай справы .....	7
Дадатак .....	132
Закон Рэспублікі Беларусь ад 29 снежня 2012 г. № 8-З «Аб выдавецкай справе ў Рэспубліцы Беларусь» .....	132
Закон Рэспублікі Беларусь от 17 июля 2008 г. № 427-З «О средствах массовой информации» .....	154
Закон Рэспублікі Беларусь от 17 мая 2011 г. № 262-З «Об авторском праве и смежных правах» .....	209
Літаратура .....	250

**Касько, У. К.**

К28 Выдавецкая справа ў тэрмінах / У. К. Касько. –  
Мінск : Вышэйшая школа, 2019. – 254 с.  
ISBN 978-985-06-2461-1.

Змешчана звыш 1100 паняццяў, у якіх дасца падрабязны агляд асноўнага дэфінітыўнага апарату выдавецкай і журналісцкай дзейнасці, норматворчасці, тэорыі і практыкі рэдагавання ў кантэксце з іншымі культуралагічнымі дысцыплінамі – гісторыяй беларускай і сусветнай літаратуры, фалькларыстыкай, філасофіяй, тэхнікай і тэхналогіямі выдавецкай справы. У Дадатку прыведзены вытрымкі з нарматыўных прававых актаў у сферы выдавецкай справы.

Адрасуецца выдавецкім работнікам, журналістам, філолагам, выкладчыкам і студэнтам, супрацоўнікам газет і часопісаў, паліграфістам, работнікам сферы кніжнага гандлю, маркетологам, шырокаму колу чытачоў.

**УДК 655.4/.5(038)**  
**ББК 76.17я2**

Даведчае выданне

**Касько Уладзімір Канстанцінавіч**

## **ВЫДАВЕЦКАЯ СПРАВА Ў ТЭРМІНАХ**

Рэдактар *Л.М. Макейчык*

Мастацкі рэдактар *Т.В. Шабуцько*

Тэхнічны рэдактар *Н.А. Лебядзевіч*

Камп'ютарная вёрстка *Ю.М. Трусевіч*

Карэктары *Т.К. Хваль, А.І. Галдзянкова*

Падпісана да друку 20.12.2019. Фармац 84×108/32. Папера афсетная.

Друк афсетны. Ум. друк. арк. 13,44. Ул.-выд. арк. 14,8. Тыраж 400 экз.

Заказ 5051.

Рэспубліканскае ўнітарнае прадпрыемства «Выдавецтва “Вышэйшая школа”».

Пасведчанне аб дзяржаўнай рэгістрацыі выдаўца, вытворцы,  
распаўсюджвальніка друкаваных выданняў № 1/3 ад 08.07.2013.

Пр. Пераможцаў, 11, 220004, Мінск

e-mail: [market@vshph.com](mailto:market@vshph.com) <http://vshph.com>

Адкрытае акцыянернае таварыства «Друкарня “Перамога”».

Пасведчанне аб дзяржаўнай рэгістрацыі выдаўца, вытворцы,  
распаўсюджвальніка друкаваных выданняў № 2/38 ад 29.01.2014.

Вул. Таўлая, 11, 222310, Маладзечна.