11. **Ғылыми, әдеби, көркемдік, техникалық редакциялау**

Жалпы алғанда, редакциялық қызметтің нысаны ақпараттық-коммуникативті өнімдер: білім, пікір, тәжірибе, құндылықтар жүйесі, бұқаралық ақпараттық өнім: газеттерді, журналдарды, теле және радио хабарларды, кітап өнімдерін, ғаламторлық-сайт және т.б. өндірудің негізі болып келетін саяси, экономикалық және басқа да ұйымдар мен кәсіпорындардың құжаттары.

Ғылыми, әдеби, көркемдік, техникалық редакциялау бар. Редакциялау басылым, теледидар хабарларын, радио және ғаламторлық басылымдарды дайындау мен шығаруда жетекшілік ету дегенді білдіреді.

Веб-құрастыру мен веб-мастеринг редакциялауға жатады ма?

Бүгінгі күні бұл сұраққа нақты жауап беру қиын. Бір жағынан, дизайн мен интерактивті элементтері бар ақпараттың веб-бейнесі көзіміз жетіп отырғандай контенттің маңызды құрамды бөлігі болып табылады, яғни, жариялымның мазмұнына айтарлықтай әсер етеді, сәйкесінше оның қалыптасуы – ғылыми немесе әдеби редактордың таңдауы. Екінші жағынан бұл нақты айтқанда бейне, яғни, көркемдік және техникалық редактордың жауапкершілігінің аясы. Үшінші жағы, вебтің мамандану кезінде ескеруді қажет ететін өзіндік ерекшелігі бар.

Осылайша, редакциялаудың тағы бір түрі пайда болатыны нақтылық: веб басылымдарды жариялауға дайындаудың негізгі қызметі жүктелетін веб-түзетулер.

Сондай-ақ бір жағынан білімнің өндірісін, пікірдің туындауын, тәжірибенің жинақталуын, жоспарлардың құрылуын, жеке және ортақ қимылдардың тәсілдері мен құралдарын таңдауды, екінші жағынан адамдардың интелектуалды қызметінің өнімін таратушы бұқаралық ақпаратты өндірушіні ажырата білу керек.

Бұл, ғалымдар, жазушылар, публицист, өнер қызметкері мен басқа мамандардың қолынан шыққан дүние БАҚ-тың туындысы болуы мүмкін, сондай-ақ болмай қалуы да мүмкін. Қолжазбаның мәтіндері, бейнематериалдар, аудиобасылымдар тек газет, журнал, кітап, телевизиялық немесе радио бағдарламаның БАҚ ретінде тіркелген сайтында орналастырылып, оқырмандары, тыңдармандары және көрермендері пайда болғанда ғана БАҚ туындысы бола алады.

Ақпараттық-коммуникативті өнімдердің бұқаралық ақпаратқа айналдырудың шарты бұл өнімдерді бұқаралық аудиторияның қабылдауы болып келеді.

Ақпараттық ақпараттан өзге тағы: ғылыми, көркемдік, этикалық ақпараттар бар.

Ғылыми ақпарат – бұл білім, ғылыми мақалалардың қолжазбасында, монографияларда, жинақтарда және т.б. мазмұнында. Журналистика саласында ғылыми ақпарат тек бейнеленіп қана қоймай, сонымен бірге журналисттік зерттеулер кезінде өндірілуі де мүмкін.

Көркемдік ақпарат әдеби, музыкалық және басқа да туындыларда бар эстетикалық құндылықтар болып келеді