

ԵՎՐԱՍԻԱ ՀԱՄԱԳՈՐԾԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ ՀԻՄՆԱԴՐԱՄ

ԵՐԵՎԱՆ

2019

Գ. Տեր-Գաբրիելյան, Ա. Գրիգորյան, Ն. Պասկևիչյան

**ՀՐԱՏԱՐԱԿՉԱԿԱՆ
ԳՈՐԾԸՆԹԱՑԻ
ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ**



Հրատարակչական գործընթացի ուղեցույց / Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամ

Ուղեցույցը հայերեն շարադրված յուրօրինակ հրատարակություն է, որը նկարագրում է տեքստի հրատարակման և տպագրության ամբողջ գործընթացը: Նախկինում նման ուղեցույց չի եղել ոչ պրոֆեսիոնալ, ոչ էլ ընդհանուր լսարանների համար: Այն հիմնված է հիմնականում Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամի աշխատանքային փորձի և գործունեության վրա: Ուղեցույցը պարունակում է մանրամասն տեղեկատվություն և ռեսուրսներ՝ տեքստի ստեղծման ընդունված որակի, դիզայնի, հրապարակման գործընթացի և տարածման համար անհրաժեշտ քայլերի մասին: Ուղեցույցն ընդգրկում է հավելվածներ, որոնք պետք է օգտագործել որպես գործիք կամ ստուգաթերթ տեքստի ստեղծումից մինչև տպագրություն ամբողջ գործընթացի ճիշտ կազմակերպման համար:

ՀՏԴ 070.3

ԳՄԴ 76.17

S 381 Հրատարակչական գործընթացի ուղեցույց/ Գ. Տեր-Գաբրիելյան, Ա. Գրիգորյան, Ն. Պասկևիչյան.- Եր.: Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամ, 2019.- 56 էջ



Սույն ուղեցույցը մաս է կազմում «ԵՀՀ Համալսարան» խորագրի ներքո հրապարակվող ձեռնարկների շարքի: Շարքն ընդգրկում է գրույցներ չորս ծավալուն թեմաների վերաբերյալ.

Քննադատական մտածողություն (ՔՄ)

Պատերազմ և խաղաղություն (ՊԽ)

Քաղաքացիական հասարակություն (ՔՀ)

Կրթություն, պատմության մեթոդաբանություն, մշակույթ և արժեքներ (ԿՊՄՄԱ)

ISBN 978-9939-1-1013-4

© Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամ, 2019

© Տեր-Գաբրիելյան Գ., 2019

© Գրիգորյան Ա., 2019

© Պասկևիչյան Ն., 2019

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

1	ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ
3	1. ՏԵԶՍԻ ՆԱԽՆԱԿԱՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿԻ ՊԱՏՐԱՍՏՈՒՄ
8	2. ՏԵԶՍԻ ՎԵՐՋՆԱԿԱՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿԻ ՊԱՏՐԱՍՏՈՒՄ.
15	3. ՏԵԶՍԻ ԶԵՎԱՎՈՐՈՒՄ՝ ՀՐԱՏԱՐԱԿԵԼՈՒ ՀԱՍԱՐ
17	4. ՏԵԶՍԻ ՀՐԱՏԱՐԱԿՈՒՄ
17	5. ՏԱՐԱԾՈՒՄ
19	ՀԱՎԵԼԿԱԾ 1. ՏԵԶՍ/ՓԱՍՏԱԹՈՒՐԹ
22	ՀԱՎԵԼԿԱԾ 2. ՏԵԶՍԻՑ ԴԵՊԻ ՏՊԱԳԻՐ ՆՅՈՒԹ. ԳՈՐԾԸՆԹԱՑԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՕՐԻՆԱԿԵԼԻ ԱՏՈՒԳԱԹԵՐԹ
24	ՀԱՎԵԼԿԱԾ 3. ՏԵԶՍԻ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԱՅԻՆ ՄԱՍՆԱԲԱԺԻՆՆԵՐԸ (ԸՆԴԱՅՆՎԱԾ ՏԱՐԲԵՐԱԿ). ԳՈՐԾԻՔ-ԱՂՅՈՒՄԱԿ
29	ՀԱՎԵԼԿԱԾ 4. ԴԻԶԱՅՆԻ ԵՎ ՏՊԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑԻ ՏԵՎՈՂՈՒԹՅՈՒՆԸ (ՕՐԻՆԱԿԵԼԻ ԴԵՊԹ)
31	ՀԱՎԵԼԿԱԾ 5. ՄԵԶԲԵՐՈՒՄՆԵՐ ԵՎ ՎԵՐԱԶԵՎԱԿԵՐՊՈՒՄՆԵՐ. ԳՐԱԳՈՂՈՒԹՅՈՒՆԸ ԲԱՑԱՌՈՂ ԿԱՆՈՆԱԿԱՐԳ
35	ՀԱՎԵԼԿԱԾ 6. ՏԵԶՍԵՐԸ ԽՍԲԱԳՐԵԼՈՒ ԵՀՀ ՈՐՈՇ ՍՈՏԵՑՈՒՄՆԵՐ
41	ՀԱՎԵԼՅԱԼ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ
42	ABSTRACT

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Տեքստ հրատարակելը մասնագիտությունն է: Սակայն այսօր, համացանցի տարածման և տպագրական գործի հեշտացման պայմաններում, շատ ոչ մասնագետներ զբաղվում են նաև հրատարակելով՝ պարբերաբար կամ առանձին դեպքերում: Դրան գումարած, Հայաստանում հրատարակչի մասնագիտությանը ծայրեիծայր տիրապետողներ գրեթե չկան: Աշխատանքի բաժանումն իր իմաստը կորցրել է համակարգչային աշխարհի զարգացման շնորհիվ, սակայն դրա հետքերը մնում են, և, երբ աշխատանքի՝ թվայնալ առաջընթացի պատճառով առաջացած կոպիտ բաժանումը պահպանվում է, դա կարող է բացասական հետևանքներ ունենալ՝ հանգեցնելով ոչ որակյալ տպագրական նյութերի լույսընծայման:

Առաջներում թերթի մեկ համարի պատրաստման պատասխանատվությունը կրում էին խմբագիրը և տվյալ համարի պատասխանատուն: Խմբագիրը մտածում էր համարի բովանդակության մասին և աշխատում էր հեղինակների հետ նյութի պատրաստման հենց սկզբից, ավարտելուց հետո տեքստերը հանձնում սրբագրիչին, իսկ համարի պատասխանատուն, խմբագրի ղեկավարությամբ, դիզայների հետ զբաղվում էր թերթի ձևավորման հարցերով, ապա հետևում տպագրական ողջ ընթացքին: Այսօր, սակայն, հեղինակը հաճախ աշխատում է առանց խմբագրի, սրբագրիչի գործառույթը ստանձնում է խմբագիրը, եթե այդպիսին լինում է, դիզայներն աշխատում է հեռվից, իսկ տպարանն արտադրում է վերջնական պրոդուկտը՝ առանց վերը նշված մարդկանց հետ պարբերաբար կամ գոնե մեկ-երկու անգամ շփվելու: Արդյունքում հաճախ հրատարակվում են անորակ տեքստեր, նույնիսկ եթե ամեն մասնագետ առանձին որակյալ է:

Հաշվի առնելով այս հանգամանքները՝ ԵՀՀ-ն ստեղծել է տեքստի ստեղծման, այն հրատարակման պատրաստելու և տպագրելու սույն ուղեցույցը¹: Այստեղ ներկայացվում են ԵՀՀ-ի հրապարակվող նյութերի (տպագրման և առցանց հրապարակման նախատեսված) ստեղծման գործընթացի պահանջները, որոնք պարտադիր են նաև ԵՀՀ դրամաշնորհառուների համար: Այն կարող է օգտագործվել նաև այլ կազմակերպությունների, թիմերի և անձանց կողմից, ըստ իրենց հայեցողության:

Հնարավոր չէ դարավոր մասնագիտությունն ամփոփել մի փոքրիկ բրոշյուրի սահմաններում: Սակայն մենք հույս ունենք, որ այս ուղեցույցը կօգնի կողմնորոշվել հրատարակություն իրագործող անհատին կամ թիմին, թե ինչ հիմնական խնդիրների վրա է պետք ուշադրություն դարձնել: Ուղեցույցը կառուցված է այնպես, որ թույլ տա փոփոխություններ ըստ այս կամ այն հրատարակչական կարիքի: Այն նախատեսված է ինչպես հեղինակների, խմբագիրների, այնպես էլ՝ ծրագրերի ղեկավարների, կառավարիչների համար, եթե նրանց ծրագիրն է (կամ դրա մասն է) տեքստ հրատարակելը: Խրախուսելի է, որ տեքստը հրատարակման նախապատրաստելիս

1. Սույն ձեռնարկը չի անդրադառնում շահութաբեր հրատարակչական գործունեության խնդիրներին, թեև ընդհանուր կերպով հաշվի է առնում նաև շահույթի համար հրատարակման գործընթացը:

ողջ աշխատանքը սկզբից մինչև վերջ համակարգվի մեկ անձի կողմից. լինի հեղինակը, խմբագիրը թե ծրագրի ղեկավարը (դրանք կարող են նաև նույն անձը լինել):

Հրատարակչական գործունեություն ասելով սույն ուղեցույցում նկատի ունենք մարդկային լեզվով գրված տեքստի հրապարակումը թղթային կամ առցանց ձևով այն նպատակով, որպեսզի տեքստն ազդեցություն ունենա մարդկանց վրա և, իդեալական դեպքում, աշխատի նրանց բարօրությունն ավելացնելու համար:

Հրատարակչական գործունեությունն ընդգրկում է մի քանի փուլ: Դրանք են.

1. Տեքստի նախնական տարբերակի պատրաստում.
2. Տեքստի վերջնական տարբերակի պատրաստում.
3. Տեքստի ձևավորում՝ հրատարակման նպատակով.
4. Տեքստի հրատարակում.
5. Տեքստի տարածում
6. Տեքստի ազդեցության ստուգում (քննարկում, կարծիքների հավաքագրում, օգտագործման պատմության դիտարկում, տեքստի ազդեցությունից տեղի ունեցած փոփոխության ֆիքսում և այլն):

Ուշադրություն. իմաստ չունի հրապարակել տեքստ, որն ազդեցություն չի ունենալու: Իմաստ ունի բոլոր հրապարակումների ժամանակ ձգտել ապահովել տեքստի ազդեցության առավելագույն արդյունքը:

Տեքստի հետ տարբեր փուլերի աշխատանքները կարող են արվել տարբեր մարդկանց կողմից: Սակայն եթե ուզում ենք, որ վերջնական արդյունքը լինի պատշաճ որակի, կարևոր է, որ ողջ ընթացքը մասնակցայնորեն վերահսկվի մեկ մարդու կամ մեկ թիմի կողմից, կլինի դա հեղինակը թե այլ անձինք: Տեքստի ստեղծումը նույնպիսի ծրագիր է, ինչպես շատ այլ ծրագրեր՝ նպատակի, գործողությունների պլանի, սպասվող արդյունքի ձևակերպումից մինչև իրականացում և վերջնական արդյունքի ստացում: Վերջնական արդյունքը ոչ թե տպագրությունն է և տպաքանակի առաքումը գրասենյակ, այլ դրանից հետո դրա տարածումը կամ վաճառքը, դրա հասնելը հասցեատիրոջը, հասցեատիրոջ կողմից օգտագործվելը, օրինակ՝ ընթերցվելը և գործողությունն ձեռնարկելը դրա ազդեցության տակ: **Տեքստի ստեղծման վերջնական նպատակն այն փոփոխությունն է, որ տեղի կունենա հասցեատիրոջ «մեջ» դրա ազդեցությամբ, կամ այն գործողությունը, որ հասցեատերը կանի տեքստի ազդեցության տակ:** Թեև հնարավոր է, որ մենք չիմանանք ծրագրի իրագործման այդ փուլի մանրամասները կամ իմանանք քիչ մանրամասներ, սակայն մենք տեքստի ստեղծման մեր մարտավարությունը չպիտի կառուցենք առանց այդ վերջնական նպատակը հաշվի առնելու: Եթե այն չկա, ավելի լավ է՝ տեքստ չարտատրել, քանի որ եթե չկա վերջնական նպատակ, հավանական է, որ մեր արտադրածը պարզապես համալրի բազում տպագրանյութերի «գերեզմանոցը», դառնա թափոն և թղթի ու ծառի վատնման ևս մեկ օրինակ:

1. ՏԵՔՍՏԻ ՆԱԽՆԱԿԱՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿԻ ՊԱՏՐՎԱՍՏՈՒՄ

Նախնական տեքստի ստեղծումը տեքստի հետ աշխատանքի միայն առաջին փուլն է: Տեքստը դրանից հետո սովորաբար անցնում է մի շարք խմբագրումներ: Բանն այն է, որ որքան էլ այն լավ շարադրված լինի հենց սկզբից, վերջնական շահառուին հաշվի առնելը, դիզայնի մեջ տեքստն ընդգրկելը, նշանային օրինակը դիտարկելը և այլն պահանջում են տեքստի նորանոր վերանայումներ: Այնպես որ հայցում ենք ձեր ներողամտությունը և համբերություն մաղթում և՛ սույն ուղեցույցին ծանոթանալիս, և՛, հետագայում, տեքստի վրա աշխատելիս: **Խորհուրդ**, բավարար ժամանակ հատկացրեք տեքստի ստեղծումից մինչև հրապարակումը. սովորաբար նախատեսված ժամանակը չի հերիքում: Դիզայնից մինչև տպագրություն օրինակելի ժամկետները, որոնք նշված են Հավելված 4-ում, չեն ընդգրկում հավելյալ խմբագրման համար նախատեսված ժամանակը:

ՏԵՔՍՏԻ ՆԱԽՆԱԿԱՆ ՁԵՎԱՎՈՐՈՒՄ

- ԵՅՅ-ի կողմից և համար տեքստը ստեղծվում է Microsoft Word ծրագրով.
- Տեքստն անպայման պիտի հավաքված լինի յունիկոդ (Unicode) ֆորմատով.
- ԵՅՅ-ի կողմից պահանջվող տառատեսակը՝ Sylfaen (հայերենի դեպքում), Times New Roman (անգլերենի կամ ռուսերենի դեպքում), գույնը՝ մուգ սև.
- Տառաչափը հայերենի դեպքում 11 է, անգլերենի դեպքում՝ 12.
- Էջերը պիտի համարակալվեն ներքևի մասում.
- Սովորաբար տողամիջի տարածքը դրվում է 1, խմբագրելու համար կարող է դրվել 1.5.
- Բառերի միջև պիտի լինի մեկ բացատ.
- ԵՅՅ-ն իր Word տեքստերը չի հավասարեցնում աջ շրջանակի կողմից (justify), որպեսզի տառերի միջև բացատների չափսը չխախտվի.
- Ուշադրություն դարձրեք, որ ողջ նախնական տեքստը լինի նույն տառատեսակով, էջերի նույն հավասարեցմամբ և, տեքստի ձևակերպման այլ սկզբունքներին համապատասխան, նույն սկզբունքներին հետևող սկզբից մինչև վերջ: Օրինակ՝ հղումների տառատեսակը նույնպես համապատասխանեցման կարիք ունի միշտ, պիտի լինի Sylfaen հայերենի դեպքում, Times New Roman՝ անգլերենի և/կամ ռուսերենի դեպքում, և մեծությամբ տարբերվի զլխավոր տառատեսակի չափսից. եթե զլխավորը 11 է, ապա էջատակի հղման դեպքում պիտի լինի 10.

- Էջերը հաշվելիս (օրինակ՝ վճարման համար), անկախ էջերի առկա քանակից, ԵՀՀ-ն հաշվում է 1800 სიჯը՝ մեկ էջ: Նիշերի քանակը հաշվվում է առանց բացատների:
- Ֆայլը հիշվելու համար պիտի ունենա լատինատառ անվանում: Սա անհրաժեշտ է, որպեսզի ֆայլի օնլայն տարբերակը, եթե պիտի լինի, չդառնա շատ երկար և կազմված տգեղ ու անիմաստ նշաններից (%%%), ինչը տեղի է ունենում և՛ հայերենի, և՛ ռուսերենի դեպքում: Ինչպես նաև, չնայած համակարգչային տեխնոլոգիաների զարգացմանը, դեռևս կան դեպքեր, երբ հայերեն կամ ռուսերեն անվանումներով ֆայլերը չեն բացվում, հատկապես աշխարհի այլ ծայրերում գտնվող համակարգիչների դեպքում:
- Կարևոր է ֆայլի անվան մեջ դնել հիմնական բանալի բառերը (կազմակերպության, նյութի վերնագրի, հեղինակի հապավումները) և վերջին խմբագրման ամսաթիվը, ինչը կօգնի հետագայում փաստաթուղթը հեշտ գտնել, հասկանալ՝ ի՞նչ փոխվում է գտնվում, ինչպես նաև փնտրողը կամ ստացողն առաջին հայացքից կհասկանա՝ մոտավորապես ինչի մասին է նյութը:

ՖԱՅԼԻ ԱՆՎԱՆՄԱՆ ՕՐԻՆԱԿ

Ֆայլի անվանման օրինակ կարող է լինել այս դեպքը. EPF_Publication_Printing_Algorithm_Arm_draft_3_March_4_2019, կամ, վերջնական տարբերակի դեպքում, EPF_Publication_Printing_Algorithm_Arm_final_March_4_2019: Բառերը կարելի է կրճատել՝ ֆայլի երկարությունը կարճելու նպատակով, սակայն կրճատումը պիտի լինի այնպիսին, որ փաստաթղթի գլխավոր իմաստը պահպանվի: Օրինակ՝ EPF_Publication_Printing_Algorithm_Arm_draft_3_March_4_2019, որից՝ EPF_Publication_Algorithm_Arm_draft_3_March_4_2019 կամ EPF_Publ_Print_Procedure_Arm_draft_3_March_4_2019:

Երբեմն իմաստ ունի հենց ֆայլի անվանման մեջ նշել ստեղծողի անունը: Կարևոր է անվանման մեջ բառերը դասավորել այն հաջորդականությամբ, որը կհետաքննի դրանց գտնելը: Օրինակ՝ կազմակերպությունից դուրս ուղարկվող փաստաթղթերի ֆայլերը մենք սովորաբար սկսում ենք հենց այնպես, ինչպես վերը նշված օրինակներում է՝ EPF և այլն, որպեսզի հստակ լինի, թե ի՞նչ կազմակերպությունից է: Սակայն ներքին փաստաթղթերի դեպքում կազմակերպության անունը կարող է բացակայել, և փոխարենը կարող է լինել ստեղծողի անունը կամ դրա կրճատ ձևը, օրինակ՝ EPF_Publication_Algorithm_Arm_draft_3_March_4_2019, որից՝ Publication_Algorithm_Arm_draft_3_03_04_2019_Gev (Gevorg-ի կրճատը): Գծիկները նախկինում կարևոր էին, այժմ դրանք էլ պարտադիր չեն Word ֆայլի դեպքում, սակայն եթե ֆայլը հետո պիտի դառնա PDF, նպատակահարմար է դրանք պահպանել, քանի որ PDF ֆայլի անվանման մեջ բացատների փոխարեն առաջանում են պատահական սիմվոլներ և թվեր, օրինակ՝ բացատի դեպքում հղման մեջ առաջանում են այսպիսի սիմվոլներ՝ %20%:

ԽՄԲԱԳՐՈՒՄ

Տեքստի առաջին տարբերակը պիտի վերանայվի և՛ հեղինակի, և՛ թիմի այլ անդամների կողմից: Տեքստի ստեղծման վերաբերյալ որոշ խորհուրդներ տեն Յավելված 1-ում: Տեքստի ազդեցիկությունն ուժգնացնելու համար, մանավանդ, եթե խոսքը գիտական հավակնություն ունեցող տեքստի, հետազոտության կամ ոլորտային քաղաքականության որևէ հարցի մասին է, կարևոր են տեքստը վերլուծելու հմտությունները²:

Վերանայված տեքստն ավարտվելուց հետո ուղարկվում է **առաջնային խմբագրման**:

Խմբագրել կարելի է տեքստի համացանցային տարբերակը և/կամ տպագիրը: Յամացանցայինի դեպքում խորհուրդ է տրվում օգտագործել **Word ծրագրի խմբագրման գործիքը (track changes)**, որպեսզի պարզ լինի, թե ինչ է խմբագրվել: Փոքր և մանր խմբագրումների դեպքում, եթե համոզված եք, որ դրանք անառարկելի են, կարելի է գործիքը չօգտագործել:

Տպագիր խմբագրման դեպքում օգտագործվում են ձեռագիր խմբագրման նշանները³: Տպագիրը խմբագրելուց հետո խմբագիրը սովորաբար իր առաջարկները պիտի անձնական հանդիպման ընթացքում համաձայնեցնի հեղինակի կամ տեքստի պատասխանատուի հետ, որից հետո հաստատված խմբագրումն անցկացնի առցանց տարբերակի մեջ, ըստ պայմանավորվածության՝ օգտագործելով (կամ ոչ) Word-ի **խմբագրման գործիքը**:

Դրանից հետո տեքստը **սրբագրվում է նույն սկզբունքներով**: Այս գործողությունը կարող է կրկնվել, քանի որ սրբագրելուց հետո հավանականություն կա, որ կրկին խմբագրի կողմից անհրաժեշտ լինի տեքստը վերանայել: Ճիշտ կլինի, եթե հեղինակը, խմբագիրն ու սրբագրիչը միասին աշխատեն բոլոր հարցերը քննարկելու համար: Երբեմն դրանք կարող են լինել մեկ և նույն մարդը, կամ երկու մարդ: Սակայն ամեն դեպքում տեքստն ավարտելուց հետո պիտի հեղինակ(ներ)ից գատ որևէ մեկն այն կարդա՝ որպես **«թարմ աչք»**: Խրախուսելի է սա անել ցանկացած տեքստի դեպքում և ոչ մի տեքստ չհանրայնացնել առանց այս գործընթացն իրականացնելու:

Ուշադրություն. ԵՀՀ-ն չի ընդունում տեքստ, որն այս փուլերով չի անցել, ո՛րչ որպես նախնական տարբերակ, ո՛րչ հետագա աշխատանքի համար:

Տեքստը կարող է ընդգրկել **նկարներ** (պատկերներ, աղյուսակներ, գծագրեր, սխեմաներ, դիագրամներ և այլն): Տպագրական ֆայլերի ձևավորման համար այդ նկարները պիտի լինեն բարձր որակի և պիտի առանձին ուղարկվեն էջադրողին և

2. Տեն տեքստի վերլուծության վերաբերյալ հավելյալ նկատառումներ հետևյալ աշխատության մեջ. Titscher, S., Meyer, M., Vetter, E. and Wodak, R. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: Sage Publications.

3. Տեն, օրինակ, ռուսերենի համար (սրանք նույնն են նաև հայերենի համար). <https://myfilology.ru/168/znaki-korrektury-i-pravila-ix-primeneniya/>

դիզայներին (երբեմն Էջադրողի ու դիզայների ֆունկցիան կարող է իրականացնել նույն մարդը): Նկարների տեղը տեքստում պիտի հստակ հասկանալի լինի: Նկարները չպիտի լինեն սոցիալական ցանցերից ներբեռնած ֆայլեր, քանի որ դրանց որակը ցածր է, և օֆտեթ տպագրության դեպքում դա նկատելի կլինի: Լոգոները պարտադիր է ուղարկել միայն վեկտորային ֆայլերի ֆորմատով:

ԵՅՅ-Ի ԿՈՂՄԻՑ ՍՏԵՂԾՎԱԾ ՆՅՈՒԹԵՐԻ, ԻՆՉՊԵՍ ՆԱԵՎ ԴՐԱՄԱԾ-ՆՈՐՉԱՌՈՒՆԵՐԻ ԿՈՂՄԻՑ ՏԵՔՍԱՅԻՆ ԱՐՏԱԴՐԱՆՔ ՉԱՄԱՐ ՉԱՄԱՌՈՏԱԳՐԻ ՏՐԱՄԱԴՐՈՒՄ

Եթե դրամաշնորհառուն կամ ԵՅՅ-ն հրապարակելու է տեքստային նյութ հայերեն, ցանկացած կրիչով, այդ նյութը պարտադիր պիտի ունենա անգլերեն սեղմագիր (անտոագիա): Դրամաշնորհառուի և ԵՅՅ-ի հայեցողությամբ, այն կարող է ունենալ ավելի ընդգրկուն բաժին (համառոտագրեր, գործնական ամփոփում, վերջաբան, առաջարկների թարգմանություն, հեղինակ(ներ)ի կենսագրություններ և/կամ իրագործող կազմակերպության նկարագրություն և այլն) անգլերեն: Եթե նյութն անգլերեն է, նույն կանոնով պիտի լինի համապատասխան հայերեն սեղմագիր, դրամաշնորհառուի հայեցողությամբ՝ ավելի ընդգրկուն բաժին: Եթե նյութն այլ լեզվով է՝ ռուսերեն, թուրքերեն և այլն, այն պիտի ունենա սեղմագիր կամ համառոտագիր կամ ավելի մանրամասն բաժին և՛ հայերեն, և՛ անգլերեն: Առնվազն կարճ համառոտագիրը պարտադիր է: **Սա վերաբերում է բոլոր տեքստային նյութերին, որոնց վրա կա ԵՅՅ-ի խորհրդանիշը:**

Չրապարակված է համարվում այն նյութը, որը հասանելի է հանրությանը, այսինքն դրվել է համացանցում կամ տպագրվել է, եթե այն տարածվելու է 20 դիտումից կամ 20 օրինակից ավելի, և եթե դրա էջերի քանակը 10-ից ավելի է:

ՉՂՈՒՄՆԵՐ

Չղումները կարող են լինել Էջատակերում կամ, որպես ցուցակ, տեքստի վերջում: Կան հղման միջազգայնորեն ընդունված սկզբունքներ, որոնք պարտադիր չեն ոչ-գիտական հրապարակման համար, սակայն, ամեն դեպքում, ցանկացած հրապարակում պիտի ունենա հղման նույնատիպ սկզբունքներ սկզբից մինչև վերջ: ԵՅՅ-ն օգտագործում է հիմնականում հարվարդյան հղումների սկզբունքները⁴, որոնք (գրքի դեպքում) պիտի պարունակեն հետևյալ կետերը.

1. Չեղինակ(ներ)ի անուն(ներ)
2. Չրատարակման տարի
3. Վերնագիր

4. Տես Harvard Referencing Style, [առցանց, անգլերեն] հասանելի է. <http://www.citethisforme.com/harvard-referencing>

4. Հրատարակման քաղաք
5. Հրատարակիչ
6. Օգտագործված էջեր

Ժողովածուի կամ ամսագրի առանձին հոդվածին հղում անելու սկզբունքները և այլ մանրամասներ տե՛ս հարվարդյան հղումների սկզբունքներում⁵:

Համացանցին հղումների դեպքում բարձր մշակույթը պահանջում է նշել հղման դիտման օրը և ժամը: Համացանցային հղման լավագույն տարբերակն է *հեղինակ, վերնագիր (ժողովածուի հեղինակների անուններ և ժողովածուի վերնագիր, էթե կա), հրատարակման տարեթիվ, էջ (էթե կա), հղում, հղումը ներբեռնելու ամսաթիվ*: Հաշվի առնենք, որ համացանցային հղումները (link), տպագրման դեպքում, հաճախ դժվար վերարտադրելի են լինում: Երբեմն նպատակահարմար է հղումը տպագրելուց առաջ վերափոխել այնպես, որ ավելի հեշտ լինի, տպագիր տարբերակում դիտելով, այն վերարտադրել համակարգչում: Գոյություն ունեն հղումների պարզեցման/կարճ(աց)ման մի շարք կայքեր⁶:

Հայերեն գիտական աշխատանքների հղումների համապատասխանեցումը միջազգային չափանիշներին համապարփակ կերպով ներկայացված է Սոնա Բալասանյանի «Ինչպես կատարել հղումները. մեթոդական ուղենիշներ» 2019 թվականին լույս տեսնելիք աշխատության մեջ:

5. Նույն տեղում:

6. Նման կայքերից է <https://bitly.com/>:

2. ՏԵՔՍՏԻ ՎԵՐՁՆԱԿԱՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿԻ ՊԱՏՐԱՏՈՒՄ.

COPY EDITING. ԻՄԱՍՏԱՅԻՆ և ՀԱՍՑԵԱԿԱՆ ԽՄԲԱԳՐՈՒՄ

Խմբագրված-սրբագրված տեքստը սովորաբար պիտի անցնի copy editing⁷-ի գործընթաց, եթե ԵՀՀ-ն զգում է դրա կարիքը, այսինքն տեքստը պիտի կրկին խմբագրվի բովանդակային, իմաստային և ոճական տեսակետներից: Այս գործողությունը կատարելուց հետո հավանական է, որ տեքստը կրկին ուղարկվի սրբագրման: Սրբագրման գործողությունը կարող է անել ԵՀՀ աշխատակազմը, հրավիրյալ խմբագիրը կամ դրամաշնորհառուն՝ համաձայնեցնելով ԵՀՀ-ի հետ: Copy editing-ի հիմնական նպատակն է, բացի հնարավոր վրիպակները որսալուց, նաև իմաստային առումով տեքստը վերափոխել այնպես, որ այն համապատասխանի հասցեատիրոջ կարիքներին և նախասիրություններին, որոնք կանխատեսվել և հաշվարկվել են ԵՀՀ-ի կամ հեղինակների կողմից: Դա նշանակում է, որ կարող է փոխվել տեքստի կառուցվածքը կամ կոմպոզիցիան, մասեր դուրս գան կամ ավելանան, փոխվեն բառեր և այլն: Եթե տեքստը պատկերացնենք որպես դետեկտիվ, ապա copy editing-ը հավաստիանում է, որ մարդասպանը չի բացահայտվում մինչև գործի վերջին էջերը: Ոչ գեղարվեստական գործերը սովորաբար ունենում են հակառակ կոմպոզիցիան՝ ամենազիջավորն ասվում է տեքստի սկզբում. copy editing-ը հավաստիանում է, որ տվյալ տեքստում դա հենց այդպես էլ արված է:

ԴԻՉԱՅՆ

Տեքստը ձևավորման նպատակով ուղարկվում է դիզայներին: Տեքստն ուղարկելիս հարկ է նշել, թե տպագրության համար ինչ տառատեսակ ենք ցանկանում ունենալ: Գեղարվեստական և «բարդ» տեսական գրականության համար նախընտրելի են serif խմբի տառատեսակները, մինչդեռ ոչ-գեղարվեստական ավելի պարզ տեքստերի համար նախընտրելի են sans serif խմբի տառատեսակները: Serif («կեռիկով») խմբի տառատեսակները մարդու աչքն ավելի երկար է դիտում, դրանից ընթերցողի ուշադրությունն ավելի է կենտրոնանում ասելիքի վրա: Sans serif («անկեռիկ») տառատեսակների դեպքում մարդու աչքը սահում է տեքստի վրայով, նա ընթերցում է ավելի արագ, սակայն ավելի անուշադիր: Համացանցի համար ստեղծված հայերեն տեքստերի դեպքում անհրաժեշտ է հաշվի առնել, որ

7. Տե՛ս Copy-editing | Wikipedia, [առցանց, անգլերեն] հասանելի է. https://en.wikipedia.org/wiki/Copy_editing

Ֆայլը պիտի յունիկոդ (Unicode) տառատեսակ ունենա, որպեսզի տեքստը ինդեքսավորվի համացանցում, ինչն այն որոնելի կդարձնի:

Առցանց հարթակներում «պատմողական» (նարատիվ) տեքստը տեղադրվում է PDF ֆայլի ֆորմատով: PDF ֆայլը պիտի տեքստը որոնողական համակարգերի համար հասանելի լինելու հնարավորություն տա: Եթե տեքստը տեղադրվում է նաև որպես կայքի էջ, կրկին հղում պիտի լինի PDF ֆայլին, որը գերադասելի է տեղադրել էջի սկզբում:

Տեքստից բացի դիզայները ձևավորում է շապիկը: Այս փուլում ցանկալի է խմբագրական թիմի և դիզայների համատեղ հանդիպումը, որից հետո դիզայները նախապես որոշված ժամկետում տրամադրում է շապիկի 2-3 օրինակ, ինչպես նաև տեքստի մեկ էջի դիզայնի 2-3 օրինակ, նաև՝ տեքստի բաժինների/գլուխների առանձին էջերի 2-3 օրինակ (սման բաժանման դեպքում)⁸:

Տեքստի կառուցվածքային մասնաբաժինների ստուգացուցակը (ընդլայնված տարբերակը) կարող եք տեսնել հավելված 3-ում:

Կառուցվածքային մասերի այս կամ այն համակարգը (տարբերակը) հատուկ է խոշոր տեքստերին և հանդիպում է պարբերաբար և՛ տարբեր գրքերի մեջ, և՛ նույն գրքի մեջ: Կարևոր է, որ պարբերաբար հանդիպող մասերը ձևավորված լինեն նույն սկզբունքով, այսինքն՝ որ, կոպիտ ասած, ԳԼՈՒԽ ԱՌԱՋԻՆ-ի տառատեսակը, չափսը և այլն չտարբերվեն ԳԼՈՒԽ ԵՐԿՐՈՐԴ-ի տառատեսակից, չափսից և այլն: Նաև կարևոր է, որ այս կառուցվածքային մասնաբաժինները, իրենց բնույթով լինելով հիերարխիկ, թյուր տպավորություն չթողնեն: Օրինակ՝ որպես կանոն, ՄԱՍ-ի տառաչափը պիտի ավելի մեծ լինի, քան ԳԼՈՒԽ-ինը, համենայն դեպս, ՄԱՍ-ը՝ որպես ավելի տարողունակ կառուցվածքային միավորի ուղենիշ, չպիտի թվա ավելի փոքր միավորի ուղենիշ, քան ԳԼՈՒԽ-ն է, և այլն:

Այսպիսի կանոնների խախտումները նպատակահարմար են միայն դիզայնի տեսակետից և միայն այն դեպքում, եթե ընթերցողը թյուր տպավորություն չի ստանա դրանցից:

Նաև կարևոր են էջի շրջանակի չափսերը. դրանց համար կան ստանդարտներ, սակայն հաճախ դրանք խախտվում են: Օրինակ՝ ստորին շրջանակը (էջի վերջին տողը) պիտի բավական բարձր լինի, որպեսզի չխանգարի հանգիստ ընկալել էջաթիվը, որը նույնպես պիտի բավական բարձր լինի էջի թղթային ստորին եզրից: Հաճախ, եթե էջաթվից վեր կա հղում (footnote), այն չափից դուրս մոտ է գալիս էջաթվին և խանգարում ընկալունակությանը: Այսինքն էջադրելիս պետք է հաշվի առնել էջատակի հղումների հնարավոր առաջացումը: Պետք է աշխատել, որ բոլոր էջերի ստորին տողերը լինեն նույն գծի վրա՝ լինի դա հղման ստորին տող թե հիմնական տեքստի:

8. Էջադրողի ֆունկցիան շատ դեպքերում կատարում է դիզայները:

Serif-ից գատ, շատ կարևոր է տառատեսակի չափսը և տողամիջի տարածությունը: **Տեքստի «ընթերցողահաճոյությունը» նրա կարևորագույն հատկանիշներից է: Տեքստային պրոդուկտը, որը 10 էջից ավելի տեքստ է պարունակում, նախ և առաջ ունի տեքստային նշանակություն: Իր ձևավորման բոլոր մնացյալ տարրերը պիտի հպատակված լինեն նախ՝ տեքստով արտահայտված իմաստին (այն պիտի լինի կարևոր և նշանակալի, թե չէ չարժեք էլ գրել), հետո՝ տեքստի ձևին (այն պիտի լինի հեշտ հասանելի և ընթերցողահաճ):** Ավադ, հայերենն առ այսօր չունի նույնիսկ բավականաչափ ծրագրավորված տառատեսակներ, որպեսզի տեքստերն անի ընթերցողահաճ: Օրինակ՝ շեղագիր տառատեսակները գրեթե բացակայում են, մինչդեռ դրանք շատ հարմար են մի շարք տեսակի տեքստերի համար և դուրեկան՝ մի շարք կատեգորիաների ընթերցողներին: Ինչպես վերն ասել ենք, տեքստի առաջին տարբերակը պիտի լինի սիլֆայեն (Sylfaen) տառատեսակով: Հետագայում՝ համացանցային կամ տպագրական հրատարակման համար, տառատեսակը փոխվում է, և գրքի տարբեր մասերի համար կարող են օգտագործվել տարբեր տառատեսակներ, որոնք սովորաբար ընտրում է դիզայները, գուցե էջադրողի հետ, համաձայնեցնելով գրքի պատասխանատուի հետ: Կարևոր է նաև, որ գրքի տարբեր մասնաբաժինների տարբեր տառատեսակները միմյանց սազեն, ասենք՝ հիմնական տեքստի տառատեսակը սազի «բովանդակություն» բաժնի տառատեսակին, չլինի նրանից չափից դուրս տարբեր, մեծ կամ փոքր՝ անհամապատասխանության աստիճան, գրքի տեխնիկական մասերի տառատեսակները սազեն հիմնական մասի տառատեսակին, և այլն: Սա նույնպես դիզայնի՝ աչքի ընկնող խնդիր է:

Խորհուրդ չի տրվում հրապարակման, գրքի և հատկապես տեքստի ձևավորման ժամանակ օգտագործել չափից ավելի շատ ավելորդ պաճուճանքներ, լինեն դրանք չափից դուրս շատ գույներ կամ տեքստային հնարքներ (ընդգծում, հոծատառ, տարբեր տառատեսակներ և այլն): Այդ ամենը պիտի լինի զուտ ֆունկցիոնալ: Աղյուսակները, գրաֆիկաները, գծագրերը, նկարները կարևոր են և պիտի ճիշտ զուգակցվեն հոծ տեքստի քանակին: Տեքստում հաճախ պարբերություններ ունենալը, տեքստի որոշ մասերը շրջանակի մեջ դնելը, տեքստի թվարկային մասերը և այլն նույնպես կարևոր են՝ տեքստի ընկալունակությունն ավելացնելու տեսակետից:

Բացի կառուցվածքային պարբերական մասնաբաժիններից (գլուխ, մաս և այլն) տեքստում կարող են լինել նաև ոչ պարբերական կառուցվածքային մասեր: Սրանք այն դեպքերն են, երբ տեքստում միայն մեկ անգամ հանդիպում է մեկ կառուցվածքային հատկանիշ, որն այս տեքստում այլևս չի կրկնվում և հատուկ է միայն այս տեքստին, այսինքն գուցե չի հանդիպում կամ չի հանդիպելու նաև որևէ այլ տեքստում:

Այդպիսի մասի օրինակ է, ասենք, երբ գլուխներից մեկը, ի տարբերություն մնացած բոլոր գլուխների, ունի թվարկած պարբերություններ:

1. Պարբ. 1
2. Պարբ. 2
3. Պարբ. 3 և այլն:

Կամ մեկ այլ օրինակ. գրքում կա երեք գրաֆիկ և մեկ ոչ գրաֆիկական պատկեր, ասենք՝ ծաղրանկար:

Այսպիսի դեպքերում նույնպես դիզայնը շատ կարևոր խնդիր պիտի լուծի, հասնելով նրան, որ ընդհանուր ընթացքից այդ «շեղումը» ճիշտ և ներդաշնակորեն ընդգրկված լինի և չհակասի մնացյալի դիզայնի սկզբունքներին:

Ուշադրություն. կան պարբերական մասնաբաժիններ, որոնք կարող են միայն մեկ անգամ հանդիպել տվյալ տեքստում, օրինակ՝ բնաբանը կարող է լինել միայն մեկ հատ կամ ամեն մասից առաջ, և այլն. դրանք էլի կոչվում են պարբերական, քանի որ կարող են ստանդարտ կերպով պլանավորվել:

Խորհուրդ է տրվում դիզայների հետ աշխատելիս ստուգել հավելված 3-ի գործիք-աղյուսակում նշված բոլոր կառուցվածքային մասերի առկայությունը-բացակայությունը և դրանց ճիշտ ձևավորված լինելը:

Ընտրված տարբերակը հաստատելուց հետո դիզայները նախապես պայմանավորված ժամկետում պիտի տրամադրի նյութի սևագիր տարբերակը:

Դիզայներից ստացված առաջին տարբերակը կր կին վերանայվում է խմբագրողի/copy editor-ի/սրբագրողի կողմից, քանի որ միայն վերջնական դիզայնով տեքստն է, որ կարելի է դիտարկել հասցեատիրոջ տեսակետից՝ ինչն է պակասում, և այլն: Դրան գումարած՝ դիզայնը կարող է պահանջել տեքստային փոփոխություններ, ասենք՝ բառերի կրճատում, տողերի սեղմում և այլն:

Գերադասելի է, որ դիզայնի հետ կապված բովանդակային փոփոխությունները հեղինակը/խմբագիրը/պատասխանատուն անեն դիզայների հետ միասին, աշխատելով միմյանց ներկայությամբ, թիմով:

ԴԻՉԱՅՆԻ ՆՎԱՉԱԳՈՒՅՆ ՊԱՏԿԵՐԱՑՄԱՆ ԿԱՐԻՔԸ ՏԵՔՍՏԻ ՀԵՂԻՆՆԱԿԻ ԿԱՍ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՈՒ ԱՆՁԻ ԿՈՂՄԻՑ

Տեքստի հեղինակը, խմբագիրը, այլ պատասխանատու անձ պիտի կարողանա դիզայների առաջարկած տարբերակներում կողմնորոշվել: Այդ առումով կարևոր է, որ այդ անձն ունենա ճաշակի և էսթետիկական հմտություններ: Ճաշակի և գեղագիտական հմտություններ զարգացնելու համար առաջարկվում է երկու վարժություն:

Վարժություն առաջին

Դիտել ծիածանը (թեկուզև համացանցում) և համեմատել տպավորությունն առաջարկած դիզայնի հետ:

Նվազել դաշնամուրային օկտավան (կամ՝ միացնել համացանցում) և համեմատել առաջարկած դիզայնի հետ⁹:

Վարժություն երկրորդ

Ընտրել դիզայնի տարբեր դեպքեր (հենց թեկուզ քաղաքի վահանակները, ցուցափեղկերը, հայտարարությունները և այլն, կամ՝ տպագրված տարբեր գրքեր, որևէ առանձնահատուկ ներքին ձևավորում, ասենք՝ մոդայիկ սրճարանի) և քննարկել դրանց դիզայնը՝ պատասխանելով հետևյալ հարցերին.

1. Ի՞նչը և ի՞նչու՞ իմ ուշադրությունը գրավեց:
2. Ի՞նչն եմ առաջինը տեսնում: Ի՞նչու՞:
3. Ի՞նչ հաղորդագրություն էին ուզում փոխանցել:
4. Ինձ հասնվ հաղորդագրությունը, թե՞ ոչ:
5. Չերթականությամբ է արտահայտված, արդյոք, հաղորդագրությունը/դիզայնի գաղափարը:
6. Դիզայնի արվեստը սովորաբար շատ է օգտագործում բալանսի սկզբունքը (որպես բալանսի օրինակ պատկերացրեք Ին-Յան Նշանը). բալանսի ի՞նչ սկզբունք է օգտագործվել տվյալ դիզայնում:
7. Լավ դիզայնը պիտի ունենա ֆոկալ կետ: Չայտնաբերե՞ք ձեր կողմից դիտարկվող դիզայնի ֆոկալ կետը: Արդյոք այն արտահայտու՞մ է դիզայնի գաղափարի շեշտը:
8. Ի՞նչ եմ զգում նայելիս (գեղագիտական առումով, ինչպե՞ս կձևակերպեմ տպավորությունս, առաջացած զգացմունքս, ի՞նչ բառերով): Գրի՛ր առե՞ք բառերը:
9. Դիզայնից ստացված էֆեկտը համահուն՞չ է, արդյոք, իմ պատկերացմամբ, այն գաղափարին, որ հեղինակներն ուզում էին, որ ես ստանամ, որպես տեքստի հասցեատեր:
10. Ի՞նչու՞ եմ կարծում, որ սիրուն է կամ սիրուն չէ: Ձևակերպե՞ք բառերով:
11. Ի՞նչ նպատակի է ծառայում դիզայնը: Ի՞նչ են ուզում ձեզ դրդել անել դրանով (հասկանալ, կարծել, մտածել, վարվել և այլն):

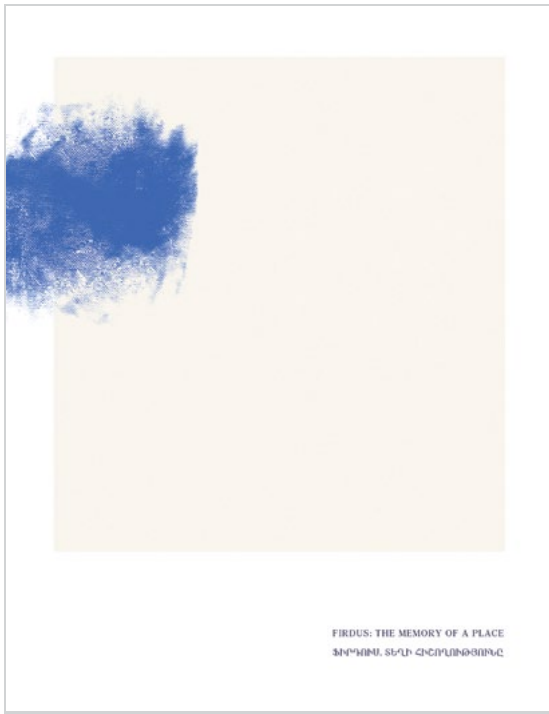
Այսպիսի հարցեր տալով՝ դիզայնի մի շարք տարբերակներ նայելը կհեշտացնի տվյալ դիզայններին ուղղություն տալը, նրա առաջարկած տարբերակներում կողմնորոշվելը:

9. Գունային տեսության և գույների համադրումների մասին ավելին կարող եք կարդալ այս հոդվածով. Cartwright, B. (2019). Your Guide to Colors: Color Theory, The Color Wheel, & How to Choose a Color Scheme, [առցանց, անգլերեն] Blog.hubspot.com., հասանելի է. <https://blog.hubspot.com/marketing/color-theory-design>

Ուշադրություն. մի ասացե՛ք՝ առաջարկածից ո՛ր տարբերակն է ձեզ դուր գալիս, քանի դեռ չե՛ք պատասխանել վերը նշվածից գոնե մի քանի հարցի:

Այսօր Չայաստանում հաճախ օգտագործվում է խայտաբղետ դիզայնը, օրինակ՝ արևելյան գորգերի նախշերից ներշնչված¹⁰: Կրկին, պետք է հիշել, որ չափից դուրս խայտաբղետ դիզայնը կարող է. ա) անճաշակ հնչել և բ) խանգարել տեքստի ընկալմանը, այսինքն՝ դիզայնը կարող է ավելի կարևորվել, քան տեքստով արտահայտված իմաստները: Դա կարող է ազդել տեքստային հրապարակման իմաստի վրա և տեքստային հրապարակումը դարձնել պատկերային կամ՝ հուշանվերի պես մի բան, այլ ոչ թե իմաստների և գիտելիքի կուտակ, որ պիտի ընթերցվի՝ նախ և առաջ, և որը պիտի այնքան գրավիչ լինի, որ ընթերցողը տեքստի մեջ խորատուզվի այս դարում, երբ այդքան շեղող հանգամանքներ կան:

Տարբեր ժամանակներում, նորաձևությունից կախված, դիզայնային տարբեր ոճեր են լինում գերիշխող: Օրինակ, վերջին տասնամյակների բրիտանական դիզայնի ոճի շեշտ էր սպիտակն ու բաց գույները, կոնցեպտը՝ հակախայտաբղետային ժուժկալությունը: Դիտենք ԵՀՀ գործընկերների վերջին հրատարակության կազմի դիզայնը. այն հետևում է այս ոճին:



«Ֆիրդուս. տեղի հիշողությունը»

գլխավոր խմբագիր՝

Տիգրան Ամիրյան,

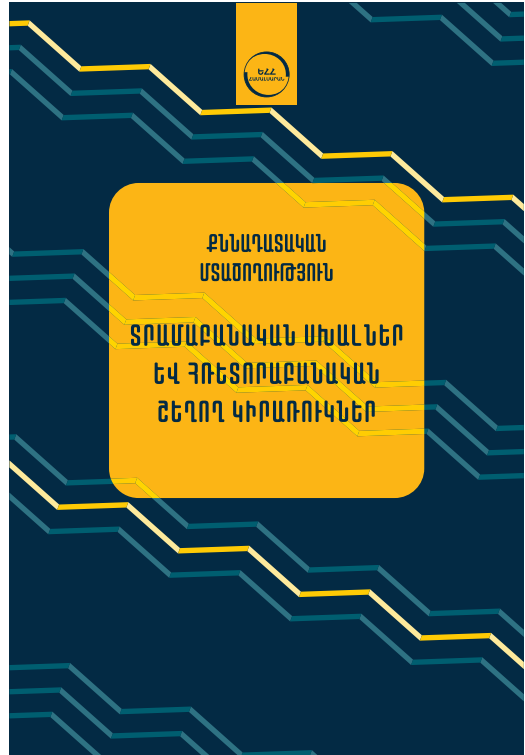
խմբագրի օգնական՝

Սոնա Քալանթարյան,

շապիկի ձևավորումը՝

Չարություն Թումադյանի

10. Ճաշակի և «գորգային» ու այլ «ավանդական», «արևելյան» (իրականում՝ հետադիմական) դիզայնի խնդիրների մասին տես՝ <https://www.evnreport.com/arts-and-culture/zones-of-entrapment-yerevan-s-2800th-anniversary-park-and-the-tyranny-of-taste-fullness>



Ե-ԳԳ գլխավոր դիզայներ Տարև Եսայանի ստեղծած «ՔՆՆԱԳԱՏԱԿԱՆ ՄՏԱՏՈՂՈՒԹՅՈՒՆ. տրամաբանական սխալներ և հոնտորաբանական շեղող կիրառուկներ» գրքույկի շապիկի դիզայնն ավելի վառ է:

Գույների երանգները միմյանց հետ կապելը շատ կարևոր է: Գույները կարող են հաջորդաբար միմյանց անցնել ներդաշնակորեն, կամ՝ միմյանց հակադրվել: Եթե դիտենք ծիածանը, կարող ենք տեսնել, որ որոշ երանգներ ներդաշնակորեն փոխադրվում են միմյանց, իսկ ինչ-որ պահի լինում է «խզում», և երկու կողք կողքի գույն կարծես հակադրված են միմյանց: Հակադրումների չափազանցված քանակը նույնպես ազդում է ներդաշնակ տպավորության վրա, սակայն ճիշտ կիրառումը կարող է շատ շահեկան լինել:

Դիզայնը ստեղծելիս և գնահատելիս պետք է նաև հաշվի առնել հետագայի տպագրական հնարավորությունները: Երբեմն տպագրատունն անկարող է բարձր որակով վերարտադրել բազմերանգ դիզայնի ողջ հարստությունը, և մանրամասները կորչում են: Դրա պատճառը կարող է լինել նաև ֆինանսական սահմանափակումը կամ թղթի որակը: Գերադասելի է, որ դիզայներն այդ ամենը հաշվի առնի դիզայնն անելիս, նախապես տեղեկանա, թե ինչ տեխնիկական հնարավորություններ ունի տպագրատունը, և ինքն առաջարկի թղթի տեսակը, ինչպես նաև՝ կազմի: Փայլուն թուղթը սովորաբար նվազ գերադասելի է: Գրքի չափսը, կազմի տեսակը (սովորաբար թե ոչ) և նույնիսկ գրքի կարի տեսակը նույնպես կարող են ազդել հասցեատիրոջ՝ դիզայնից ստացված տպավորության վրա: Փոքր չափսի գիրքը կարող է պահանջել վերանայել տառատեսակների չափսը: Հարուստ դիզայնից տպավորությունը կարող է տուժել, եթե մտածված չէ, արդյո՞ք

գրքի կազմը, թողալը, կարը նույնպես «հարուստ» տպավորություն են թողնում, թե՛ ոչ: Ամեն դեպքում պետք է հիշել, ինչպես ասացինք, որ տեքստային գրքի մեջ ամենակարևորն է տեքստը և նրա որակյալ ներկայացումը, այլ ոչ թե պատկերային ձևավորումը (չհաշված, իհարկե, այն դեպքերում, երբ պատկերները վերաբերում են տեքստին՝ գծագրեր են և այլն):

Ամեն դեպքում, հրատարակության պատասխանատուն (զվխավոր խմբագիրը) պիտի հավանություն տա վերջնական դիզայնի բոլոր միավորներին տպաքանակը տպագրելուց առաջ: Այդ է պատճառը, որ ազդօրինակը ստանալը, որքան էլ տպարանը դիմադրի, շատ կարևոր է:

Դիզայները, կախված աշխատանքի տեսակից և ծավալից, նախանշում է աշխատանքն ավարտելու տարբեր ժամկետներ: Սույն Փաստաթղթի վերջում (Հավելված 4) ներկայացված են ԵՀՀ կողմից նախապատրաստվող տպագրական նյութերի դիզայնի համար անհրաժեշտ ժամկետները, ներառյալ պատվիրատուի կողմից նյութի վերանայման և խմբագրման գործողությունների, ինչպես նաև գնահարցման և տպագրման գործընթացի ժամկետները: Սրանք կարևոր են միայն ԵՀՀ համար, այլ դեպքերում կարող են այլ լինել:

3. ՏԵԶՍԻ ՁԵՎԱՎՈՐՈՒՄ՝ ՀՐԱՏԱՐԱԿԵԼՈՒ ՀԱՄԱՐ

ԴԵՊԻ ՏՊԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ

Հասարակական կազմակերպությունների դեպքում, համաձայն իրենց կանոնակարգերի, սովորաբար անհրաժեշտ է կատարել գնահարցում առնվազն երեք կազմակերպությունից: Գնահարցման արդյունքում որոշված տպագրական ընկերությանն ուղարկվում է տպագրական ֆայլը, օրինակ, PDF ֆայլի տեսքով:

Գրքի դեպքում որոշվում է կազմի տեսակը (փափուկ թե կոշտ, կարած թե սոսնձած), թղթի տեսակը, տառատեսակը և նրա մգությունը: **Ուշադրություն**. չի խրախուսվում տպագրելը փայլուն սպիտակ թղթի վրա (ամենատարածված և ամենաեժան տարբերակը): Ծանր թե թեթև, որքանով թափանցիկ թուղթ է ընտրվում. այդ հարցերը կանխորոշում են գրքի արտաքին տեսքը և ընթերցողահաճո լինել-չլինելը: Թղթի հաստությունը պիտի համապատասխանի տեքստի տպագրության մգությանը. շատ բարակ թղթի վրա շատ մուգ տեքստը երևում է էջի հակառակ կողմից, խանգարում ընթերցմանը: Մյուս կողմից՝ սովորաբար գերադասելի են մուգ տեքստերը՝ լավ երևալու համար, և ոչ հաստ ու ծանր թուղթը:

Գրքի չափսը խրախուսելի է որոշել ըստ գոյություն ունեցող ամենահին

ստանդարտների (խորհրդային ժամանակվա), թեև այժմ տպագրվում է ցանկացած չափսի գիրք: Ստանդարտ չափսի գիրքը սովորաբար ընթերցողի կողմից ընկալվում է որպես ծանոթ մի բան, որի հետ ավելի հեշտ է գործ ունենալ (ընթերցել այն): Եթե գրքի չափսը ստանդարտ չէ, դա պիտի հստակ հիմնավորում ունենա բովանդակային, այլ ոչ թե տեխնիկական առումով: Օրինակ՝ որոշվել է, որ գիրքը պիտի ընկալվի որպես «ավանախ», և այդ պատճառով նրա չափսը մեծ է, այլ ոչ թե որովհետև թղթի չափսի մեջ այսքան էջ է տեղավորվում, և ուրեմն խոտան ավելի քիչ է լինում, եթե չափսը մեծ ընտրվեց:

Տպարանից անհրաժեշտ է պահանջել ազդորինակը: Հաշվի առնելով, որ ազդորինակն օֆսեթային տպագրությամբ թանկ կարժենա, առնվազն լազերային տպագրությամբ արված տարբերակը հնարավոր լուծում է¹¹: **Ամեն դեպքում գերադասելի է պահանջել և ստանալ ազդորինակ:**

Ազդորինակը ստանալուց հետո այն կրկին դիտարկվում է ծրագրի պատասխանատուի և/կամ խմբագրի կողմից, արվում են վերջին շտկումները:

ԸԱՅԼԵՐ ՄԻՆՉ ԳՐՔԻ ՏՊԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ

1. Գուցե կարիք է առաջանում որոշ փոփոխություններ անել դիզայնի և էջադրման հետ կապված.
2. Եթե խոսքը գրքի մասին է, կազմի, բոլոր էջերի, առաջին էջի, վերջին էջի, այլ կառուցվածքային բաղադրիչների (հեղինակի անուն-ազգանուն, մասեր, գլուխներ, էջում տեքստի տեղավորում և այլն) տեսքը և տեքստը դիտարկվում է հատուկ ուշադրությամբ. սովորաբար հենց այդտեղ՝ տեքստի «ամենացույց» մասերի մեջ են սպորդում վերջին վրիպակները, և դրանք փչացնում են տպավորությունը ողջ գրքից.
3. Հաստատվում է, որ գիրքն ունի համապատասխան ճաշակով դիզայն.
4. Եվս մեկ անգամ հաստատվում են գրքի չափսը և լուսանցքների չափսերը (թղթի տեսակից կախված՝ դրանք կարող են փոխվել, տպարանում հաճախ գրքի չափսը նաև խախտում են).
5. Եթե տպագրությունը գունավոր է, ապա դիտարկվում է գույների տպագրական որակը, դա կարող է քննարկվել տպագրիչների հետ.
6. Կրկին հաստատվում է, որ գիրքն ունի համառոտագրեր բոլոր անհրաժեշտ լեզուներով (տե՛ս համառոտագիր ընդգրկելու մասին՝ Էջ 2).
7. Անհրաժեշտության դեպքում ավելացնել հակապնդում (disclaimer).

11. Պետք է հաշվի առնել, որ լազերային տպիչով տպած նյութի գույները տարբերվում են, ավելի վառ են, կտրուկ և ոչ տարրոշված՝ օֆսեթ տպագրությամբ արված նյութերի գույների համեմատ:

8. Գրքի ստեղծմանը մասնակցած բոլոր անձերը, կազմակերպությունները պիտի նշված լինեն.
9. Անհրաժեշտության դեպքում լոգոները պիտի տեղադրված լինեն կազմակերպությունների կողմից պահանջվող տեսանեյիության կանոնների համաձայն.

Ազդորինակը պիտի հաստատվի ծրագրի գլխավոր պատասխանատուի կողմից մինչև տպաքանակի տպագրումը: Ազդորինակը հաստատելուց հետո տպարանին ցուցում է տրվում տպագրել տպաքանակը:

4. ՏԵՔՍՏԻ ՀՐԱՏԱՐԱԿՈՒՄ

Տպագրության որակն ապահովելու համար իմաստ ունի անձամբ գնալ տպարան, ծանոթանալ տպագրիչների հետ, մեկ անգամ ևս նրանց բացատրել բոլոր լուծումները և դրանց կարևորությունը, ճշտել, թե ինչ հարցեր ունեն, պատասխանել նրանց հարցերին և մաղթել հաջող աշխատանք: Ցանկալի է գրքի տպագրության սկզբին ներկա լինել տպարանում և հաստատել տպագրության որակը: Կարևոր է նաև տպարանի հետ պայմանավորվել տպաքանակի ստացման վերջնաժամկետի վերաբերյալ, քանի որ եթե այն չի նշված, տպարանը կարող է ավելի առաջնային գործերն առաջ գցել և բարձիթողի անել ձեր գործը՝ այդ ընթացքում նաև մոռանալով կամ կորցնելով կարևոր սպեցիֆիկացիաները (թղթի տեսակը, գրքի չափսը և այլն):

5. ՏԱՐԱԾՈՒՄ

Մշակվում է տարածման պլան, որը պիտի ընդգրկի.

- մարքեթինգային պլան.
- վերջնական օգտագործողների ցանկը (գոնե մոտավոր).
- տարածման մեթոդների ընտրությունը (շնորհանդես, քննարկում, առձեռն բաժանում, գրադարաններ, սրճարաններ և այլն).
- տարածման վայրերը:

Տպագրված նյութերը պետք է տարածել նախապես որոշված ժամանակացույցով և մեթոդներով: Կախված նրանից՝ տպագրված նյութը տարածվելու է անվճար թե վճարովի, կազմվում է համապատասխան մարքեթինգային պլան:

Մարքեթինգային պլանն ընդգրկում է.

- վաճառքի ենթակա նյութի դեպքում պայմանավորվածություն գրախանութների հետ վաճառվող տպաքանակի շուրջ: Որոշ դեպքերում տպարանը նաև

գրախանութների հետ կապեր ունի, և տպարանի հետ հնարավոր է նախապես պայմանավորվել որոշ տպաքանակ անմիջապես այդ տպարանի գրախանութներում վաճառքի հանելու շուրջ.

- շնորհանդես-վաճառքի կազմակերպում (կարելի է նախապես պայմանավորվել որևէ գրախանութի հետ, որտեղ նաև վաճառվելու է գիրքը, և հենց այնտեղ էլ կազմակերպել շնորհանդեսը): Այս դեպքում հնարավոր է նախապես կազմված հրավիրյալների ցուցակով տարածել շնորհանդես-վաճառքի մասին հայտարարությունը, օրինակ, ֆեյսբուքյան միջոցառման (event) միջոցով կամ էլեկտրոնային փոստով հրավիրելով և զանգահարելով.
- զովազդային արշավների կազմակերպում սոցիալական մեդիայում: Օրինակ՝ կարելի է ստեղծել տվյալ նյութի համար ֆեյսբուքյան էջ կամ օգտագործել այդ նյութին առնչվող կազմակերպության/թյունների արդեն գոյություն ունեցող հարթակները: Սա կարելի է անել ֆեյսբուքյան միջոցառում (event) կազմակերպելով, ինչպես նաև գրքի/նյութի լուսանկարներ և պրոմո-տեսանյութեր տարածելով: Կարելի է բջջային հեռախոսով սոցիալական ցանցերում ուղիղ եթեր հեռարձակել գիրքը զովազդելու նպատակով: Այսպիսի արշավները ցանկայի է սկսել շնորհանդեսից առնվազն մեկ ամիս առաջ.
- գրադարանների ցանկի նախնական կազմում և տպագրված նյութի առնվազն երկու օրինակի տրամադրում.
- շահագրգիռ կազմակերպություններին/անձանց տպագրված նյութի մեկ կամ երկու օրինակի տրամադրում՝ անհատապես ուղարկելով կամ շնորհանդեսին հրավիրելով.
- հաշվի առնելով, որ պետությունն ունի տպագրական նյութերի, գրքերի տարածման մեխանիզմ, կարելի է օգտվել այդ հնարավորությունից: Պետք է նախապես դիմել և, հաստատում ստանալու դեպքում, պետությանը տրամադրել պայմանավորված տպաքանակը¹²:

Չրապարակման գլխավոր նպատակն է հասցեատիրոջ կողմից նրա յուրացումը, ինչը կարելի է չափել հետևյալ ցուցիչներով.

- տարածումից հետո գրքի հավելյալ օրինակներ ստանալու խնդրանքներ.
- ընթերցողի բանավոր և գրավոր (թղթե կամ էլեկտրոնային նամակով, համացանցում գրված մեկնաբանության տեսքով) կարծիքներ.
- մասնագիտական գրավոր կարծիքներ (գրախոսություններ).
- հղումներ ձեր հրապարակմանն այլ տեքստերում:

12. Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարությունից կարող եք տեղեկանալ այս հնարավորության մասին:

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 1. ՏԵՔՍ/ՓԱՍՏԱԹՈՒՂԹ¹³

Մենք հաճախ պիտի գրենք օրիգինալ տեքստեր/փաստաթղթեր (ընագրեր)¹⁴: Դրանք ամենատարբեր ժանրի կարող են լինել: Օրիգինալ՝ նշանակում է, որ, նույնիսկ եթե նրա մեջ օգտագործվում են նախկին տեքստերից մասեր, այսպիսի հավաքմամբ այն առաջին անգամ է հրամցվում: **Ուշադրություն**. Եթե տեքստն օրիգինալ չէ, այլ նախորդ տեքստ(եր)ի կրկնություն կամ հավաքածու է, չի կարելի այն ուղարկել՝ առանց ընթերցելու և համոզվելու, որ այս նոր տեքստը լիովին համապատասխանում է նոր հաղորդակցության նպատակին. ցանկացած՝ թեկուզ մանր, փոփոխություն, որ ցուցադրում է, որ տեքստը նախատեսված է հենց այս նպատակի համար, ավելացնում է նրա համոզչությունը: Եթե ստացողը տեսնում է, որ տեքստը տիպական է կամ չափից դուրս ընդհանուր՝ տեքստն ավելի քիչ արժեք է ունենում նրա համար:

Տեքստերի բոլոր ժանրերի համար կան կանոններ: Հնարավոր չէ բոլոր կանոնները նախապես շարադրել և իմանալ: Սակայն ահա որոշ տիպական դեպքեր:

ա) Առաջին սևագիր. առաջին սևագիրը միակ տեքստն է, որ իրավունք ունի չունենալ ֆորմալ տարրեր՝ գույն, չափս, վերջնական գրագիտություն և այլն: Այսպիսի դեպքերը քիչ են և սովորաբար գրվում են զուտ բովանդակային քննարկման համար: Մնացած բոլոր դեպքերում ֆորմալ տարրերը պարտադիր են: Առաջին սևագիրը հասցեատիրոջն ուղարկելուց առաջ պետք է վերընթերցել (գուցե էլի դադարից հետո)՝ արդյոք այն ընդգրկել է բովանդակային առումով բոլոր կարիքները, թե՞ ոչ:

բ) Սևագիր, որ պիտի խմբագրվի¹⁵. սա այն դեպքն է, երբ բովանդակությունն արդեն բավական առաջ է տարված: Անկախ նրանից, թե՞ ո՛վ է կարողալու և խմբագրելու ձեր սևագիրը, նպատակահարմար է, եթե բովանդակության մի նշանակալի մասն արդեն վերջնական է, սկսել տեքստը նաև ձևավորել:

ՈՒՂՈՐԴՈՒՄՆԵՐ

1. Տառասխալների և վրիպակների ուղղումը, ոճական դասավորությունը շատ կարևոր են սևագրի համար էլ. արե՞ք դա նախապես, մի՞ թողե՞ք խմբագրին:
2. Մի օգտագործե՞ք շատ ընդգծում, **թավ (bold)** կամ *շեղագիր (italic)*: Դա հատուկ հմտություն է պահանջում, դրանց չարաշահումը ցույց է տալիս գրագիտության ցածր մակարդակ:

13. Այս կոյուբը քաղվածք է «Պրոտոկոլ երկրորդ մտածողության» կոյուբից: [Անջանց] հասանելի է. <https://www.gtergab.com/hy/news/projects/protocol-second-thinking/115/>

14. Գրագրողությունը բացառող ԵՀՀ կանոնների վերաբերյալ տե՛ս Հավելված 5-ը:

15. Տեքստերը խմբագրելու ԵՀՀ մոտեցումները տե՛ս Հավելված 6-ում:

3. Մի օգտագործեք անծանոթ բառեր: Եթե կա բառ, որ պիտի օգտագործվի, բայց անծանոթ է, սկզբում ճշտե՛ք նշանակությունը: Գերադասելի է այն փոխարինել ամենասովորական ծանոթ հոմանիշով: **Կարևոր է հաշվի առնել, որ, չնայած անգլերենի տարածմանը, մայրենի լեզվով մարդ միտքը միշտ ավելի լավ է արտահայտում, քան օտար լեզվով: Այդ առումով գերադասելի է բոլոր հնարավոր դեպքերում տեքստի նախնական տարբերակը գրել մայրենի լեզվով: Եթե տեքստը գրվում է ոչ մայրենի լեզվով, և ուզում եք այն խմբագրել՝ թարգմանե՛ք ձեր ասածը մայրենի լեզվի և կհասկանաք, թե ի՞նչը պիտի փոխվի ոչ մայրենի լեզվում և ո՞՞նու (տե՛ս նաև 8):**
4. Պարբերությունները, մեծատառերը և այլ ֆորմալ տարրերը պիտի ստուգվեն ու տեղում լինեն. Եջահամարակալումը, տառատեսակի մեծությունը, տողերի միջակայքի մեծությունը, Եջի հավասարակշռվածությունը, բառերի միջև բացատը (մեկ բացատ)՝ ամենը պիտի արվի մինչև խմբագրելու ուղարկելը և լինի նույնական ողջ տեքստի մեջ, բացի հատուկ դեպքերից: **Տեքստը հաջորդ ընթերցողին ուղարկելուց առաջ ստուգե՛ք. արդյո՞ք նույն տառատեսակով է արվել խմբագրումը:**
5. Եթե կան բառեր, որոնք շատ են կրկնվում, գուցե դրանք ավելորդ են և կամ որոշ դեպքերում պիտի փոխվեն: Աշխատե՛ք նաև հրաժարվել բացատրողական բառերից, կրճատել այնպիսի արտահայտություններ, ինչպես, օրինակ, «ինչպես վերն ասացինք», «հետևաբար», «այս նամակով ես կուզեի ասել», «այս առումով եթե հիմա անցնենք հաջորդ խնդրին, ապա պիտի ասենք, որ...» և այլ նման «մոդուսային» արտահայտությունները. դրանք հաճախ կրճատելի են, և դրանք կրճատելը տեքստին հավելյալ դինամիկա է հաղորդում, այն ավելի հավաք դարձնում:
6. Տեքստը ձևավորե՛ք ըստ կարիքի՝ ընդգրկելով աղյուսակներ, թվարկումներ և այլն: Աշխատե՛ք, որ թվարկումները լինեն տրամաբանական, օրինակ՝ սույն Յավելվածի տեքստում կա ա), բ), գ) թվարկում և հետո՝ 1., 2., 3. և այլն:
7. Յաշվի առե՛ք, որ ամենաճիշտ ու հեշտ ընկալելի նախադասությունները բոլոր լեզուներում նրանք են, որոնք ունեն հստակ ենթակա և ստորոգյալ: Անվանական նախադասությունները հաճախ կիսատ են հնչում, իսկ անգլերենում, օրինակ, անստորոգյալ անվանականները համարվում են ոճական սխալ: *Որովհետև անիմաստ:*
8. Եթե տվյալ լեզվով տեքստ գրելը խնդիր է, հաճախ ձեր իմացած լեզվից հստակորեն թարգմանելն օգնում է՝ մտովի, այսինքն բանավոր ձևակերպել ասելիքը մայրենի լեզվով և հետո շարադրել այլ լեզվով: Դա թույլ է տալիս խուսափել տրամաբանական սխալներից:
9. Տեքստային ֆորմալ տարրերը պետք է պահպանել հենց սկզբից: «Տեքստային ֆորմալ տարրեր» ասելով տվյալ դեպքում հասկանում ենք, օրինակ, հա-

պավումները սկզբում բաց գրելն ու փակագծի մեջ որպես հապավում, որից հետո՝ միայն որպես հապավում. կամ՝ թիվը նախադասության սկզբում տառերով գրելը:

10. Պետք է խմբագրման ուղարկել տեքստ, որը համարում եք վերջնական: Մի թողեք խմբագրողին, որ նա որսա մանր վրիպակներ ու թերացումներ. դա նրա աշխատանքը դարձնում է չարքաշ և ոչ էֆեկտիվ: Պատկերացրեք, որ դուք երկրի նախագահ եք և նամակ եք ուղարկում մեկ այլ երկրի նախագահի. նամակի ձևավորումը պիտի լինի ճշգրիտ, հարուստ և անթերի. դա է պահանջում արարողակարգը:

գ) Կրկին բովանդակության մասին. բովանդակությունը կարող է լինել ցանկացած տեսակի, բայց կա մի կանոն, որը շատ հաճախ է հանդիպում. ցանկացած թեզ շարադրելիս համատեղեք ընդհանրացումը (որը սովորաբար պիտի գա սկզբից) և կոնկրետ օրինակով դրա դեպքի ցուցադրումը: Տեքստերի մեծ մասը թերի է կամ օրինակի բացակայության պատճառով, կամ ընդհանրացման:

Սովորաբար տեքստն ունի հետևյալ սխեման.

1. ներածություն (այս փաստաթուղթը հետևյալի մասին է).
2. ընդհանրացում (ես կարծում եմ, որ հետևյալն այսպիսի օրինաչափություն ունի).
3. կոնկրետ օրինակ (դրա օրինակ է այն դեպքը, որ եղավ իմ կյանքում 1695 թվականին).
4. ամփոփում (հենց այդ պատճառով ես ուզում եմ անել այս և այս):

Տեքստերը բազում են, և դրանց բովանդակությունը կարող է շատ տարբեր լինել: Բայց դրանց մեծ մասում առկա է ընդհանրացման և օրինակի ազդեցման կարիքը: Օրինակը չի ապացուցում ընդհանրացման ճշմարտությունը. ոչ էլ ընդհանրացումը՝ օրինակի «ամենուրոնությունը»: Սակայն եթե չկա օրինակ, ընդհանրացումը սին է: Եթե չկա ընդհանրացում, օրինակը կարճամիտ է: Ընդհանրացման և օրինակի կապն ասում է միայն մի բան. այս հեղինակն արտահայտում է այս փորձը (կարողությունը, կարիքը՝ օրինակը), այս արժեք(ներ)ի (ընդհանրացման) վրա հիմնվելով. ուրեմն նա ունի արժեքներ և անելիքի պատկերացում¹⁶: Երկրորդ մտածողության¹⁷ հատկանիշներն են ընդհանրացման համար հարմար օրինակ և օրինակի համար համապատասխան ընդհանրացում գտնելու կարողությունը:

16. Տե՛ս «Քննադատական մտածողություն. տրամաբանական սխալներ և հռետորաբանական շեղող կիրառումներ», 2019, [առցանց] հասանելի է. <https://epfarmeria.am/index.php/hy/document/Logical-Fallacies-and-Misleading-Rhetorical-Tricks-Critical-Thinking>

17. Տե՛ս «Պրոտոկոլ երկրորդ մտածողության», [առցանց] հասանելի է. <https://www.gtergab.com/hy/news/projects/protocolsecond-thinking/115/>

ՀԱԿԵԼԿԱԾ 2. ՏԵՔՍՏԻՑ ԴԵՊԻ ՏՊԱԳԻՐ ԼՅՈՒԹ. ԳՈՐԾԸՆԹՈՑԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՕՐԻՆԱԿԵԼԻ ԱՏՈՒԳԱԹԵՐԹ

Ժամկետ	Գործողություն	Մասնագետ	Պատասխանատու (Անուն Ազգանուն)	Մեկնաբանություն	Առանձնահատկություն
ՏԵՔՍՏ					
	Տեքստի խմբագրում	Խմբագիր		Պատրաստի տեքստը խմբագրվում է:	
	Տեքստի սրբագրում	Սրբագիր		Տեքստը սրբագրվում է:	
ՔՈՒԹ ԷՂԻԹԻՆԳ					
	Տեքստի խմբագրում	Copy editor		Քույի էղիթը խմբագրում է տեքստը:	
	Տեքստի սրբագրում	Սրբագիր		Տեքստը կրկին սրբագրվում է:	Պետք է հաշվի առնել, որ նախորդ փուլերը կարող են կրկնվել:
ԴԻԶԱՅՆ					
	Շապիկի դիզայն	Դիզայներ		Դիզայները շապիկի երկու-երեք օրինակ է ներկայացնում:	
	Տեքստի դիզայն/ էջադրում	Դիզայներ/ էջադրող		Դիզայները և էջադրողը (չատ ղեկավարում դիզայները նաև էջադրող է) ներկայացնում է տեքստի էջի երկու-երեք օրինակ, ինչպես նաև հատուկ գլուխների/բաժինների:	

ԴԻՉԱՅՆ/ԸՈՓԻ ԷՂԻԹԻՆԳ			
Դիզայն արած տեքստի զննում	Խմբագիր	Դիզայն արած տեքստը պիտի վերջին անգամ ստուգվի խմբագրի/տրագրիչի կողմից:	Այս փուլից հետո առկա փոփոխությունները շտկում է դիզայները, և տեքստը, առջանց հրատարակման ղեկավար, տեղադրվում է կայքում:
ՏՂԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ			
Տեքստի ազդերի նախնական ստուգում	Տպարան	Դիզայներն ուղարկում է վերջնական տպագրական նյութը, որը պատասխանատուն ուղարկում է տպարան: Տպարանը պիտի տրամադրի ազդերի նախնական ստուգումը:	Ազդերի նախնական հաստատվում է ծրագրի ղեկավարի կողմից:
Ողջ տպագրական ստուգում	Տպարան	Տպագրվում է նյութի ամբողջ տպագրական ստուգումը:	
ՏԱՐԱԾՈՒՄ			
Տպագրման կի տարածում	Ծրագրի պատասխանատու	Տպագրված նյութերը պետք է տարածել նախապես որոշված ժամանակացույցով և մեթոդներով: Այս փուլում կարող են նախատեսվել <ul style="list-style-type: none"> • շտրիխմուտք. • գրադարաններին տրամադրում. • շահագրգիռ կազմակերպություններին/ անձանց տրամադրում. • սոցիալական մեդիա հարթակներում գովազդ. • այլ: 	

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 3. ՏԵՔՍՏԻ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԱՅԻՆ ՄԱՍՆԱԲԱԺԻՆՆԵՐԸ (ԸՆԴԱՅՆՎԱԾ ՏԱՐԲԵՐԱԿ) ԳՈՐԾԻՔ-ԱՂՅՈՒՄԱԿ

Ուշադրություն.

1. Գրքի ողջ ձևավորումը, ներառյալ տառատեսակների ընտրությունը, պիտի լինի այնպիսին, որ ձևավորման բոլոր բաղադրիչների դիզայնը համապատասխանի մյուս բաղադրիչներին: Պաճուճանքները, չափից դուրս բազմագույնությունը և այլն, հակացուցված են, եթե միայն չեն կիրառվում տաղանդավոր մասնագետի կողմից: Ստուգե՛ք գրքի ձևավորման տպավորությունը, մինչև տպագրությունն այն ցույց տալով առնվազն երեք անձի, որոնց ճաշակին դուք վստահում եք, և հետո կայացրե՛ք վերջնական որոշումներ (պարտադիր չէ նրանց կարծիքին համապատասխան, սակայն լսել այդ կարծիքը կարևոր է, քանի որ եթե ուզում եք հակադարձել՝ կարող եք ձևավորել բացատրություն ձեզ համար):
2. Հրատարակման պատասխանատուից պահանջե՛ք, մինչև գրքի վերջնական շարելը, misenpage (միզանպաժ, page layout)՝ ստորև բերված աղյուսակում նշված հատկանիշների միասնական պատկերը, բոլոր այն էջերի փորձնական տարբերակները, որոնք ունենալու են այս կամ այն առանձնահատկությունը, որոնք քննարկելուց և հաստատելուց հետո միայն թող տեղի ունենա վերջնական շարվածքի գործընթացը:
3. Մինչև հրատարակումը Հայաստանի ազգային գրապալատից պիտի ձեռք բերվի տպագիր արտադրանքի միջազգային ստանդարտ (գրանցման) համար և տեղակայվի ճիշտ տեղում. երբեմն դա անում է տպարանը:
4. Կարևոր է լուծել հեղինակային իրավունքի բոլոր հարցերը հրատարակումից առաջ: ԵՀՀ-ն սովորաբար օգտագործում է creative commons հեղինակային իրավունքը, եթե իր դրամաշնորհատուները կամ դրամաշնորհառուներն այլ պահանջներ չունեն, չի բացառված, սակայն, նաև շահութաբեր հեղինակային իրավունքի օգտագործումը:
5. Եթե տվյալ տեքստը սերիալ հրատարակության դեպք է, պետք է ուշադրություն դարձնել, որ հրատարակումը համապատասխանի սերիայի նախորդ հրատարակումների դիզայնին, և տարբերությունները նախորդներից, եթե կան, լինեն տրամաբանական:
6. Եթե տպագրական նյութը հասանելի է նաև առցանց, տպագրության ուղարկվող ֆայլը պիտի ունենա QR-կոդ, որը հնարավորություն կտա գնալ դեպի նյութի առցանց տարբերակը: QR-կոդը մատրիցային երկչափ շտրիխկոդ է, որի վրա հեռախոսի տեսախցիկը պահելիս (համացանցի հասանելիության դեպքում) հնարավոր է բացել կայքի հղումը, որը նույնակա-

Նացված է անմիջապես այդ կողի հետ: Գոյություն ունեն կայքեր¹⁸, որոնք հնարավորություն են տալիս անվճար QR-կոդեր ստեղծել: QR-կոդը հիմնականում տեղադրվում է շապիկի վերջին էջում, սակայն դիզայնից ելնելով այն կարող է լինել նյութի այլ մասում:

ԳՈՐԾՆԱԿԱՆ ԱՂՅՈՒՄԱԿ

Նշել V, երբ լուծված է	Հաջորդակա-նություն	Մասնաբաժին	Մեկնաբանություն
	1	Տառատեսակի խնդիր	Հայերեն տառատեսակների դեպքում կա մի խնդիր. այդ տառատեսակների համար միջազգային նշանները (թվերը, ***, %, -, _ , @, \$, # և այլն) հաճախ չունեն նկարով և չափսով համապատասխանը: Եթե տեքստում կա մի քանի լեզվով տեքստ, թվեր կամ միջազգային նշաններ, և/կամ եթե ընտրել եք ոչ ստանդարտ հայերեն տառատեսակ, հաշվի առեք, որ դրանց չափսը, թավությունը և այլն պիտի հավելյալ ուշադրությամբ ընտրվեն:
	2	Կազմի 1-ին էջ	Դոնորի և ԵՀՀ լոգոները կարող են դրվել այստեղ կամ այլ երևացող տեղ:
	3	Կազմի 2-րդ էջ	Այստեղ կարող է լինել, օրինակ, QR կոդը:
	4	Տիտղոսաթերթ	Հեղինակ(ներ), վերնագիր և այլն: Պետք է հատուկ ուշադրություն դարձնել, որպեսզի հրապարակման տարեթիվը (իսկ որոշ դեպքերում, օրինակ՝ հնացող տեքստերի, նաև օրն ու ամսաթիվը) առկա լինեն հստակորեն:
	5	Բովանդակություն	Եթե այն կա, ԵՀՀ հրապարակումներում դրվում է գրքի սկզբում:
	6	Ում է նվիրված	Եթե կա
	7	Շնորհակալանք(ներ)	Եթե կա(ն)
	8	Հակապնդում	Եթե կա
	9	Բնաբան	Եթե կա
	10	Գործնական ամփոփում	Եթե կա. սրա ստեղծման հմտություններն առանձին են ուսուցանվում և առկա են համացանցում:

18. Տես, օրինակ, <https://www.the-qrcode-generator.com/> կայքը:

	11	Առաջաբան	Եթե կա: Առաջաբանը և Նախաբանը միմյանցից տարբեր կառուցվածքային մասեր են: Օրինակ, առաջաբանը կարող է գրվել ոչ գրքի հեղինակների կողմից:
	12	Նախաբան	Նախաբանը սովորաբար անհրաժեշտ տեղեկություններ է հաղորդում գրքի ստեղծման, նպատակի և այլ նման հանգամանքների վերաբերյալ:
	13	Ներածություն	Ներածությունը վերաբերվում է գրքի բուն բովանդակությանը և կարող է դիտարկվել որպես գլխավոր տեքստի մաս:
	14	Մաս (առաջին, երկրորդ և այլն, զուգե մասերն ունեն վերնագրեր)	Ժողովածուների դեպքում բացի մասերից կամ առանց մասերի կլինեն հեղինակներ, նրանց պաշտոնները, հոդվածների վերնագրերը և այլն:
	15	Գլուխ (առաջին, երկրորդ և այլն, զուգե գլուխներն ունեն վերնագրեր)	Մասը կամ գլուխը կարող են համարակալվել հայոց ավանդույթով՝ տառաթվերով (Ա-Ժ, հետո՝ ԺԱ և այլն), կամ չհամարակալվել, կամ նույնիսկ չկոչվել «Մաս», սակայն առկա լինել որպես առանձին մասնաբաժին:
	16	Ենթագլուխ	Մասը, գլուխը և ենթագլուխը միմյանցից տարաբաժանելիս հաստատե՞ք, որ մասի տառատեսակը կամ ձևավորումն ավելի աչքի ընկնող է, քան գլխինը, գլխինը՝ ավելի աչքի ընկնող, քան ենթագլխինը, այլ ոչ թե հակառակը:
	17	Տեքստի մասնաբաժին առանց մասի, գլխի կամ ենթագլխի բաժանվելու	
	18	Պարբերություն	Նոր տողից խորքից, թե՛ առանց խորքի՝ ավելի ընդարձակ տողամիջով: Հատկապես կարևոր է պարբերությունների ձևի ընտրությունը մասերի և գլուխների սկզբում, երբեմն դրանց առաջին տառերը հատուկ են ձևավորվում, և այլն:

	19	Նախադասություն	
	20	Տող, տողերի միջև տարածություն, տողադարձի սկզբունքի որոշում	
	21	Բառ	
	22	Հղման կիշ-հղում (Էջատակում կամ տեքստի վերջում)	
	23	Հղման սկզբունքներ	
	24	Նկար / պատկեր / գրաֆիկ / սխեմա / աղյուսակ և այլն	Դրանց թվարկում (ասենք, նկար 1, նկար 2 և այլն) և վերնագրեր-բացատրություններ նկարի տակ:
	25	Էջաթիվ	
	26	Առաջարկներ	
	27	Ամփոփում	
	28	Վերջաբան	Եթե կա. հաճախ առաջարկները, ամփոփումը և վերջաբանը միավորված են լինում: Ուշադրություն. այս մասը տարբերվում է «Գործնական ամփոփման» ժանրից, այն սովորաբար ավելի ընդլայնված է: Նաև կարող են լինել դեպքեր, երբ, ասենք, առաջարկներ առկա են մի շարք առանձին մասերի, գլուխների, ժողովածուի՝ առանձին հեղինակների կողմից գրված առանձին գրվածքների վերջում և այլն:
	29	Տեքստի վերջին էջ	

30	Չդրվածներ՝ Էջատակին կամ տեքստի վերջում, կամ երկուսից էլ	Կան դեպքեր, երբ նպատակահարմար է օգտագործել երկու տեսակի հղումներն էլ: Ուշադրություն. գիտական կամ գիտականի հավակնություն ունեցող հրապարակումների դեպքում գործում են տեքստերի ձևավորման հատուկ կանոններ, որոնք առանձին ուսուցման առարկա են, դրանք առկա են համացանցում (տե՛ս էջ 6):
31	Նկարների, արյուսակների, դիագրամների և այլնի ցանկ	Եթե կա, եթե պետք է. գրքի պատասխանատուն պիտի որոշի՝ տեղադրել այդ ցանկը գրքի սկզբում, բովանդակությունից հետո, թե՛ վերջում:
32	Բառարան և/կամ ինդեքս (glossary, index)	Որոշ հրապարակումների վերջում տրվում է հատուկ տերմինների կամ այլ բառերի ցանկ, բացատրությամբ և/կամ նշելով այն էջերը, որտեղ դրանք օգտագործվում են տեքստի մեջ, կամ օգտագործման առաջին դեպքի էջը:
33	Գրականության ցանկ	Կրկին, պիտի հիմնված լինի որոշակի կանոնների վրա, որոնց պետք է հետևել ողջ ցանկի համար. տե՛ս նաև կետ 30:
34	Չեղիմասկ(ներ)ի կենսագրություն	Լուսանկարներով կամ առանց դրանց
35	Անոտացիաներ (սեղմագրեր, համառոտագրեր) այլ լեզուներով և, եթե կա, այլ տեքստային մասեր այլ լեզուներով	Չեղիմասկների կենսագրություն և այլն
36	Կազմի երրորդ էջ	Գուցե այստեղ կա տեքստ, ասենք, կազմակերպության կամ հեղինակների մասին, կամ նույն շարքի այլ հրապարակումների ցանկ և այլն:
37	Կազմի չորրորդ էջ	Գուցե այստեղ կա տեքստ:

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 4. ԴԻՉԱՅՆԻ ԵՎ ՏՊԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑԻ ՏԵՎՈՂՈՒԹՅՈՒՆԸ (ՕՐԻՆԱԿԵԼԻ ԴԵՊՔ)

Ուշադրություն. Այս աղյուսակը հաշվի չի առնում դիզայնից հետո տեքստի վերջ-նական/հավելյալ խմբագրման/հաստատման համար անհրաժեշտ ժամկետը

#	Դիզայնի տեսակ	Դիզայնի համար անհրաժեշտ օրերի քանակը	Գնա-հարցում (օրեր)	Տպագրություն (օրեր)	Տպագրված նյութ (օրերի ընդհանուր քանակ)	Օրինակներ
1	Բեյջ/ անվանա-քարտ	3	2	3	8	
2	Վկայա-կան	3	2	2	7	
3	Թռուցիկ	14	2	3	19	
4	Թղթա-պանակ	8	2	10	20	Տարեկան հաշվետվություն, կոնֆերանս
5	Փաստաթղթի պարզ դիզայն (երկկողմանի Ա4)	4	2	14	20	ԵՀՀ տարեկան հաշվետվություն (օր.՝ 2016 կամ 2017)
6	Նկարներով փաստաթղթի դիզայն (երկկողմանի Ա4)	8	2	14	24	ԵՀՀ տարեկան հաշվետվություն (օր.՝ 2015)

7	Պայուսակ	10	2	20	32	Մարդամեջ, ՅամաՏեղ
8	Չեկույց	84	2	20	106	Կրոնական հանդուրժո- ղականության կոնֆերանսի զեկույց
9	Գիրք	84	2	25	111	Յանդուրժողա- կանության և անհանդուրժո- ղականության դրսևորումը հայ գրականության մեջ
10	Էլեկտ- րոնային շապիկ	25	-	-	25	Ազատության զեկույցների շապիկը տեսանյութերի համար
11	Լոգո	50	-	-	50	
12	Գրքի շապիկ	14	-	-	14	
13	Նկարների գրաֆի- կական դիզայն	4	-	-	4	Զեմ սեշկի նկարներ

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 5. ՄԵԶԲԵՐՈՒՄՆԵՐ ԵՎ ՎԵՐԱԶԵՎԱԿԵՐՊՈՒՄՆԵՐ. ԳՐԱԳՈՂՈՒԹՅՈՒՆԸ ԲԱՑԱՌՈՂ ԿԱՆՈՆԱԿԱՐԳ

ԵՅՅ հղումների գործածման և գրագողության բացասման կարգը վերաբերում է այլոց կողմից հեղինակած և հրապարակված նյութերն օգտագործելուն ԵՅՅ կամ իր գործընկերների այն տեքստերի մեջ, որոնք հրապարակվում են կամ հանրությանը ներկայացվում տպագիր տեսքով, առցանց կամ ցանկացած այլ կրիչով: Կյս կարգը չի տարածվում գրասենյակի ներքին օգտագործման համար նախատեսված աշխատանքային փաստաթղթերի վրա, եթե դրանք չեն ուղարկվում կազմակերպությունից դուրս:

Ուշադրություն. Սա գիտական հոդվածներին ներկայացվող չափանիշների կարգ չէ և այդքանով տարբերվում է գրագողության բացառման քաղաքականությունից, որը պարտադիր է ակադեմիական աշխարհում: Գիտականի կարգավիճակ չունեցող տեքստերը, ինչպես, օրինակ, հրապարակախոսական և հանրամատչելի տեքստերը, գրագողությունը բացառելով հանդերձ, հղումների հարցում օգտվում են ավելի «թեթև» կանոններից:

Գրագողության բացառման միջազգային ընդունելի կանոնների վերաբերյալ տե՛ս հետևյալ աղբյուրները:

- Definition of Plagiarism, University of Cambridge¹⁹
- Citing your Resources, USC Libraries²⁰
- Guide no 8: Plagiarism, United States University²¹
- Plagiarism, University of Oxford²²
- Plagiarism Checker by Grammarly²³

19. Տե՛ս Plagiarism | The University of Cambridge's definition of plagiarism, [առցանց, անվերն] հասանելի է. <https://www.plagiarism.admin.cam.ac.uk/what-plagiarism/universitys-definition-plagiarism>

20. Տե՛ս Research Guides: APA Style: Citing Your Sources: Basics of APA Formatting | University of Southern California, [առցանց, անվերն] հասանելի է. <https://libguides.usc.edu/APA-citation-style>

21. Տե՛ս Guide no 8: Plagiarism | United States University, [առցանց, անվերն] հասանելի է. <https://www.usuniversity.edu/wp-content/uploads/2016/09/Plagiarism.pdf>

22. Տե՛ս Plagiarism | University of Oxford, [առցանց, անվերն] հասանելի է. <https://www.ox.ac.uk/students/academic/guidance/skills/plagiarism?wssl=1#>

23. Տե՛ս Library Guides: APA Guide: Plagiarism | Bethel University, [առցանց, անվերն] հասանելի է. <https://bethelu.libguides.com/apa101/plagiarism>

Կարող եք ծանոթանալ նաև «Գրագողությունը հայաստանյան ԲՈՒՅերում. ինչպե՞ս քանդել թնջուկը»²⁴ զեկույցին, որն իրականացվել է ԵՀՀ-ի աջակցությամբ:

ԵՀՀ ՄՈՏԵՑՈՒՄՆԵՐԸ

Ա. ԵՀՀ-ն այլոց, հատկապես տարածված, գաղափարների օգտագործումը և առանց հղման նշումը գրագողություն չի համարում, եթե դրանք բավականաչափ վերածնակերպվել են՝ պարաֆրազ²⁵ են արվել, և ներկայացվել են որոշակի նոր համատեքստում, օգտակար և իմաստային դեր են կատարում տվյալ համատեքստում, թեպետև, եթե ձեզ հայտնի է տվյալ գաղափարի աղբյուրը, ապա, էթիկայի կանոններից ելնելով, ճիշտ կլինի, համեմայն դեպս, հնարավորինս հստակ նշել այն: Կարիք չկա հղումներ տալ լայն ճանաչում ստացած և հեշտությամբ ստուգվող տեղեկություններին:

Օրինակ. պարտադիր չէ ասել «Այնչտայնի հարաբերականության տեսությունը», եթե շեշտն Այնչտայնի գործունեության վրա չէ. կարելի է ասել՝ «հարաբերականության տեսությունը»: Պարտադիր չէ հղում անել Ֆրենսիս Ֆուկոյամայի «Վստահություն» գործին, ասելու համար, որ լինում են ցածր վստահության և բարձր վստահության հասարակություններ: Պարտադիր չէ հղում անել Ռոբերթ Փաթնամի «ժողովորդավարությունն ամենալավն է աշխատում» գործին, ասելու համար, որ Զյուսիսային Իտալիան ավելի զարգացած էր ժողովրդավարության տեսակետից, քան Զարավայինը, և դրանով է բացատրվում նաև առաջինիս տնտեսական վերելքը: Սակայն, եթե գաղափարի հեղինակը հայտնի է, և մանավանդ եթե գաղափարը հանրայնորեն տարածված չէ անսահմանափակ կերպով, նրա հեղինակին նշելը ճիշտ է: Օրինակ, կարելի է ասել, «ինչպես Յոհան Գալտունզն է նշում, կան ալֆա-անձինք, որոնք զլորայիզացված են, և բետա-անձինք, որոնք լոկալիզացված են»: Այս դեպքերում, եթե հեղինակը նշված է և բավական հանրահայտ անձ է, սակայն միայն նրա գաղափարն է վերարտադրվում, այլ ոչ թե ճշգրիտ մեջբերում արվում նրա տեքստից, արդյոք անէլ հղում նրա կոնկրետ տեքստին, թե ոչ, թողնվում է ձեր հայեցողությանը, թեև քաջալերվում է հղումը:

Ավելի քիչ հանրահայտ գաղափարների ու հեղինակների դեպքում, ինչպես նաև այն դեպքերում, երբ մեջբերվող գաղափարն առանցքային է տվյալ տեքստի համար, կամ՝ տեքստի փութաբանությունը և գիտականին մերձ լինելու հանգամանքն ընդգծելու համար, անհրաժեշտ է և՛ հղում հեղինակի գործին, որում նա առավել մանրամասն է արտահայտում տվյալ գաղափարը, և՛ ցանկալի է, մի քանի հղումներ տարբեր գործերի, որոնք պաշտպանում են ձեր տեքստում արտահայտված գաղափարը:

24. «Իսաչմերուկ բանավիճային ակումբ» 34 (2011), Գրագողությունը հայաստանյան ԲՈՒՅերում. ինչպե՞ս քանդել թնջուկը, [առցանց] հասանելի է. <https://epfarmenia.am/hy/document/Plagiarism-in-Armenia>

25. Տե՛ս Paraphrase | wikipedia, [առցանց, անգլերեն] հասանելի է. <https://en.wikipedia.org/wiki/Paraphrase>

Բ. Առանց համապատասխան հղում տալու որևէ հեղինակային նյութի (տեքստի, տեքստի մասի) վերարտադրումը համարվում է խարդախություն և / կամ գրագողություն: Տեքստի նույնիսկ մասնակի բառացի (տառացի) վերարտադրումը պիտի դրվի չակերտների մեջ կամ ներկայացվի հատուկ ոճի մեջբերման միջավայրում, որը պիտի մնացած տեքստից տարբերվի տառատեսակով, ձևավորման ոճով և / կամ ձևաչափով: Եթե կան տեքստի, նկարների կամ այլ պատկերավոր նյութերի որևէ տարրեր, որոնք պատրաստվել են մեկ այլ անձի կողմից, ապա դրանց բոլոր հղումները պիտի լիարժեք երևան երկրորդական տեքստում:

Մեկ այլ աղբյուրից վերցված գրեթե անփոփոխ կամ անփոփոխ տեքստի համար, եթե տեքստի երկարությունն է **3 (երեք)** ռեֆերենցիալ²⁶ իմաստ ունեցող (ոչ ծառայողական իմաստ ունեցող) բառից ավելին, հղումը պիտի տրվի հղվող տեքստից անմիջապես հետո, հետևելով հղման որևէ կանոնակարգի տեքստի ներսում, ծանոթագրության մեջ և/կամ գրականության ցանկում, և պիտի ընդգրկի ամնվազն հետևյալը.

- ա) հեղինակ
- բ) ամբողջական անվանում
- գ) որերորդ հրատարակություն (անհրաժեշտության դեպքում)
- դ) հրատարակչություն
- ե) հրատարակման վայր
- զ) հրատարակման տարի և / կամ

Է) էլեկտրոնային հղում (ամկայության դեպքում) և նրա ստուգման մասին ինֆորմացիա (թե էրբ է այն ձեր կողմից բացվել և ստուգվել, որ աշխատում է):

Չողվածների դեպքում ժողովածուի կամ ամսագրի անունը նույնպես պիտի նշվի, ինչպես նաև գլխավոր խմբագրի:

Չղումը պիտի վերաբերվի տվյալ նախադասությանը, տեքստի ավելի մեծ հատվածին կամ տվյալ նախադասության այն հատվածին, որին կցված է:

Նույն կարգն է գործում նաև թվային տվյալների, աղյուսակների, նկարների, պատկերների և այլ տեսակի տեղեկությունների դեպքում, որոնք նույնությամբ վերցված են որևէ աղբյուրից:

Բացի այդ, չի կարելի վերարտադրել այլ հրապարակումներում բերված ծանոթագրությունների առաջնային և երկրորդական աղբյուրները, եթե դուք ինքներդ չեք ստուգել, կարդացել կամ մշակել նշված աղբյուրը: Նման պարագայում հարկ է անհրաժեշտության դեպքում հղում կատարել ինչպես այն հրատարակությանը, որում գտել եք աղբյուրը, այնպես էլ՝ բուն աղբյուրին:

26. «Սեդան», «մեջ» կամ «այժմ» բառերն ունեն ռեֆերենցիալ իմաստ, «բայց», «որ» և «որպեսզի» բառերը չունեն:

Եթե տեքստը մտադրաբար վերարտադրվում է և չի դրվում չակերտների մեջ կամ մեջբերման միջավայրում՝ անտեսելով հղում տալու պահանջը, ապա դրանից բխում է «Յեղիճակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքով նախատեսված պատասխանատվությունը:

Գ. Տեքստի մեջբերում. մեջբերումը նախադասությունների (կամ դրանց մասերի) բառացի (տառացի) վերարտադրում է: Մեջբերումները պիտի դրվեն *«չակերտներով»* մեջ, ինչպես նաև (և կամ) պիտի տարբերվեն տառատեսակով, ոճով կամ ձևաչափով:

Դ. Տեքստի ամփոփ ներկայացում և վերաձևակերպում (պարաֆրազ). հեղինակի հայացքների ամփոփ ներկայացումը նշանակում է հեղինակի ճշգրիտ ձևակերպումների օգտագործման փոխարեն վերջինիս դիրքորոշման կամ կարծիքի նկարագիրը սեփական բառերով: Ամփոփ ներկայացված նյութը չպիտի դրվի չակերտների մեջ, քանի որ բառացի մեջբերում չէ, սակայն հարկավոր է դրա վերաբերյալ տալ համապատասխան հղում:

Վերաձևակերպումը (պարաֆրազը), որը երբեմն օգտագործվում է նաև ամփոփ ներկայացման իմաստով, նույնպես չի պահանջում չակերտների օգտագործում: Վերաձևակերպումը նշանակում է, որ տեքստի 75 տոկոսն ամբողջովին տարբերվում է բնագրից, այսինքն՝ դրանում օգտագործվել է տարբերվող բառապաշար և շարահյուսություն, իսկ նյութը ներկայացվել է նոր տեքստի համապատասխան համատեքստում: Ուրիշի հեղինակած տեքստի ոչ մի առանձին նախադասություն չպիտի վերարտադրվի նույնությամբ և ամբողջությամբ առանց չակերտների (կամ մնացյալ տեքստից այլ հստակորեն տարբերակող միջոցների) և հղումների:

Վերոհիշյալ կանոնները հավասարապես վերաբերվում են նաև թարգմանված նյութերին:

Ուշադրություն. ԵՀՀ-ին ներկայացված ցանկացած նյութ, նույնիսկ եթե խոսքը դրամաշնորհառուի միջանկյալ զեկույցի մաս կազմող նախնական «սևագիր» տարբերակների մասին է, պիտի համապատասխանի նշված կանոններին: Հետևաբար, ԵՀՀ-ն տեքստերի կամ այլ մեջբերվող նյութերի հետ աշխատող իր բոլոր գործընկերներին առաջարկում է նյութերի առաջին իսկ տարբերակները մշակելիս հետևել բերված կանոններին:

ՀԱՎԵԼՎԱԾ 6. ՏԵՔՍԵՐԸ ԽՄԲԱԳՐԵԼՈՒ ԵՅՅ ՈՐՈՇ ՄՈՏԵՑՈՒՄՆԵՐ

ԲՈՎԱՆԴԱԿԱՅԻՆ

Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամի (ԵՅՅ)²⁷ արտադրած կամ պատվիրած տեքստերը, եթե անգլերենից են թարգմանվում (սակայն ոչ միայն), հաճախ հայերեն հնչում են անհետաքրքիր, խճողված, ոճապես բարդ և անհասկանալի: Այդ պատճառով խմբագրից (և/կամ լավ թարգմանչից) սպասվում է ոչ միայն (ոչ թե) բառացի գրագետ վերարտադրություն, այլ ոճական և կոմպոզիցիոն աշխատանք՝ տեքստը դարձնելու հայերեն բարեհունչ, հեշտ կարդացվող, գեղեցիկ, հետաքրքիր, ընթերցողահաճո: Սա դժվար խնդիր է, քանի որ տեքստի իմաստն էլ չպիտի աղավաղվի: Այդ պատճառով խմբագիրը պիտի որքան կարելի է խորքից տեղյակ լինի ԵՅՅ աշխատանքին և կամ նաև տիրապետի բնագրի լեզվին (անգլերեն)՝ համեմատելու համար: Խոսքի հնչեղությունը, «մտերմիկ» ոճը պիտի գերադասվի օֆիցիալ ոճի կանոններին, որպեսզի լեզուն ու միտքն ավելի անբռնազբոս և հասկանալի հնչեն:

ԵՅՅ-ն ակնկալում է ընթերցողահաճո, գեղեցիկ հայերենով, հեշտ կարդացվող, սակայն իմաստը չզոհաբերող խմբագրում, կարծրատիպային և շաբլոնային արտահայտություններից հրաժարում:

Խմբագրելու ընթացքում պետք է օգտագործել Track Changes ֆունկցիան, իսկ աշխատանքը հանձնել երկու տարբերակով՝ ընդգծված և մաքուր:

Կարելի է ձևափոխել, նշանակալիորեն խմբագրել տեքստերը՝ դրանք դարձնելով հեշտ ընթերցվող և հեշտ ընկալվող, գրագետ, սակայն հնչեղ հայերենով, որպեսզի ընթերցողը հաճույք ստանա տեքստից:

Անհրաժեշտ է ուշադրություն դարձնել նաև տեքստի կառուցվածքին, մտքի ամբողջականությանը, և եթե կան իմաստային խաթարումներ, նշել դրանք²⁸:

Անհրաժեշտության դեպքում կարելի է առաջարկել հղումներ (եթե կարիքը կա, և եթե առաջարկվող նյութը շատ կարևոր է և լրացնում է ասելիքը):

Կարելի է տեքստի հետ աշխատել որպես փոխադրություն. փոխել շարադասությունը, նախադասությունների կամ մտքերի հաջորդականությունը՝ չխախտելով

27. Ուշադրություն դարձրեք, թե ինչպես է գրվում և արտասանվում մեր հիմնադրամի անունը. առանց չակերտի և թեման: Նույն կերպ էլ՝ անգլերեն. Eurasia Partnership Foundation (միայն՝ ամեն բառը մեծատառ) և ռուսերեն. Фонд партнерство Евразия:

28. Այս գործին կարող է օգնել «Քննադատական մտածողություն. տրամաբանական սխալներ և հռետորաբանական շեղող կիրառումներ» ձեռնարկին նախապես ծանոթանալը: [Առցանց] հասանելի է. <https://epfarmenia.am/hy/document/Logical-Fallacies-and-Misleading-Rhetorical-Tricks-Critical-Thinking>

գլխավոր մտքի շեշտադրումները, հասնելու համար հեշտ ընկալվող, հեշտ ընթերցելի և մատչելի բովանդակությամբ տարբերակի: Եթե տեքստի կոմպոզիցիան շատ եք փոխում՝ կիսնդրենք անել խմբագրման երկու տարբերակ. մեկը՝ խմբագրել եղած տեքստը, ավելի «պահպանողական» կերպով, մյուսը՝ առաջարկել ձեր՝ ավելի խորապես փոփոխված տարբերակը: Եթե վերջինը ընտրվեց, ձեր ներդրումը կգնահատվի անվերապահորեն:

ԵՀՀ-ն ակնկալում է տեքստ՝ գրված կենդանի ոճով, եթե իմաստը ճիշտ է՝ համեմատաբար ավելի քիչ պատահող բառերով: Հանդարտ ոճը կարծրատիպացնում է, թեկուզև անսկատելի կերպով, ինչը շեղում է ընթերցողի ուշադրությունը, տեքստը դարձնում անհետաքրքիր և չհիշվող: Հնչեղ բառերն ու արտահայտությունները, խոսակցական ձևակերպումները (եթե ընդունելի են գրական ոճում), պատկերավոր մտածողությունը հաճախ օգնում են, որպեսզի ընթերցողն «արթուն կերպով» ընկալի տեքստում ասվածը, «չքնի»: Օրինակ, սույն տեքստի սկզբում «խճողված» բառը չարժի փոխարինել «դժվարընկալելի» բառով, քանի որ «խճողված»-ն ավելի հնչեղ է և կարճ, թեև «դժվարընկալելի» բառը նույնպես շատ գեղեցիկ է և բնութագրիչ տվյալ ասելիքի կոնտեքստում, և եթե հարմար տեղ լինի՝ արժի օգտագործել:

Ստորև բերված են խորհուրդներ ԵՀՀ-ի համար տեքստ գրողներին և խմբագրողներին: Սույն խորհուրդները ելնում են ԵՀՀ-ի համար տեքստեր գրելու բազմամյա պրակտիկայի վրա հիմնված դիտարկումներից:

ՏԵՔՍՏԻ ԴԻՆԱՄԻԶՄԻ ՄԱՍԻՆ

Ողջունելի է երկարաշունչ դերբայական դարձվածների կամ այլ երկարաշունչ լրացումների վերածումը ստորադասական կառույցի կամ առանձին նախադասության: Օրինակ. «Հինգերորդ բաժնի գիտական հարցերի հանձնաժողովի որոշմամբ ամրապնդված գործընթացի մեջ նկատված խնդրի լուծումն առաջ գնաց առանց խաթարումների» կարող է դառնալ «խնդրի լուծումն առաջ գնաց առանց խաթարումների: Հինգերորդ բաժնի գիտական հարցերի հանձնաժողովի որոշումն օգնեց գտնել լուծման ճիշտ ուղին»: Նման դեպքերում տեքստը կարող է բավական փոփոխվել՝ պահպանելով, սակայն, գլխավոր իմաստը:

Պետք է խուսափել «նմանատիպ» բառից, եթե կարելի է օգտագործել «նման» բառը, և այլ երկարացումներից, եթե բառերի կարճ տարբերակները մտքի իմաստը չեն փոխում: Պետք է խուսափել նաև այսպիսի արտահայտություններից. «համայնքային կառավարման գործընթացների իրագործման կապիտալիզացման հետևանքային նախաձեռնությունների շահեկանությունը...» և այլն, երկարաշունչ բարդ համադասական նախադասությունների գործածումից, ավելորդաբանություններից և երկարաբանություններից, օրինակ՝ «~~Ինչպես~~ օրինակ» և այլն:

Պետք է նաև խուսափել ավելորդ «մոդալ» արտահայտություններից, օրինակ. «Սույն նամակով ուզում էի ասել...». այս ամբողջ արտահայտությունը կարող է կրճատվել, և նամակը սկսվի բուն ասելիքից:

Վերջապես, տեքստի դինամիզմի կարիքից ելնելով, երբեմն գերադասելի է «անսովոր» շարադասություն կահպանել կամ օգտագործել, եթե, իհարկե, այդ շարադասությունը հայերենի կանոններով թույլատրելի է: Օրինակ, սույն տեքստի վերնագիրն է «Տեքստերը խմբագրելու նկատմամբ ԵՀՀ որոշ մոտեցումներ»: Կարող էր լինել. «ԵՀՀ որոշ մոտեցումներ տեքստերը խմբագրելու նկատմամբ/հարցերին»: Շարադասության այսպիսի փոփոխությունները սովորաբար արվում են նախադասության «թեմա/ռեմատիկ» կառուցվածքը ոճապես ընդգծելու կարիքից, այսինքն՝ ինչն է առաջինը գալիս, ինչ իմաստն է առաջնային՝ նորությունը, թե՛ «հարակից բովանդակությունը»: Տվյալ դեպքում նորությունն այն է, որ խոսքը խմբագրման սկզբունքների մասին է, իսկ հարակից տեղեկություն է այն, թե ո՛ւմ սկզբունքների մասին է խոսքը: Եթե հարակիցը, «հինը», «համեմատաբար հայտնին» սկզբում է դրվում, ապա դա ազդում է տեքստի ընկալման վրա՝ ընկալումը դարձնելով ավելի «հանգիստ»: Եթե «նորությունն» է սկզբում դրվում՝ դա ավելացնում է տեքստի դինամիզմը:

ՏԵՐՄԻՆՆԵՐ

Պարտադիր չէ միջազգայնորեն ընդունված, բայց հայերենում կիրառվող բառերը փոխարինել հայերեն համարժեքներով, հատկապես եթե հայերեն տարբերակները խորին են և դեռևս ոչ բավարար շրջանառված: Կամ կարելի է դրանք փոխնիփոխ օգտագործել: Օրինակ, «գործընթաց» բառը կարող է օգտագործվել մի տեղ, «պրոցես» բառը՝ մեկ այլ տեղ, որպեսզի երկար բառը չխճողի ոճը: Պետք է խուսափել հատկապես այն դեպքերից, երբ նույնարմատ տերմինները շարվում են միմյանց ետևից, ասելով՝ «համագործակցության գործընթացը»: Այդպիսի դեպքերում խորհուրդ է տրվում վերաշարադրել ասելիքի իմաստն այլ բառերով:

Նաև նկատելի է, որ այդպիսի դեպքերում հաճախ տերմինների մի խոշոր մաս պարզապես ոչինչ չի ավելացնում ասելիքի իմաստին, ուրեմն կարող է կրճատվել: Օրինակ, հենց «համագործակցության գործընթացը» արտահայտության մեջ «գործընթաց» բառը, հավանական է, ավելորդ է:

Տեքստերը կարող են պարունակել տերմիններ, որոնք հասկանալի են նեղ շրջաններում (այսպես կոչված NGOspeak): Նման տերմինների կամ արտահայտությունների պահպանությունը կամ դրանցից հրաժարվելը կարող է քննարկել համապատասխան աշխատակցի հետ:

ՊԵՏՔ Ե/ՊԻՏԻ

ԵՀՀ-ն օգտագործում է «պետք է» ձևը միայն անորոշ դերբայի դեպքում. «Պետք է գնալ»: Բոլոր թեթևած բայերի դեպքում օգտագործվում է «պիտի». «Պիտի գնամ»: «Պետք է գնամ» ձևը, համատարած լինելով այսօրվա հայերենում, խնդրահարույց է մի շարք պատճառներով:

ԲՈՒԹ, ՄԻՋԱԿԵՏ, ԱՏՈՐԱԿԵՏ

Բուժ գործածելիս ուշադրություն դարձրե՛ք՝ արդյո՞ք ավելի նպատակահարմար չ'է տվյալ դեպքում գործածել միջակետ: Դեպքերի մեծ մասում, երբ բուժից հետո գալիս է երկար արտահայտություն կամ ամբողջական նախադասություն, նպատակահարմար է գործածել միջակետը: Նաև այնպիսի դեպքերում, ինչպես. «Էլեկտրոնային հասցե՝ aa@aaa.am», գերադասելի է գործածել միջակետ. «Էլեկտրոնային հասցե. aa@aaa.am»: Այս մոտեցումն ունի իմաստաբանական հիմնավորում, որը, սակայն, դուրս է տվյալ տեքստի սահմաններից և հավելյալ քննարկման կարիք էլ ունի: Կարճ ասած՝ ինտոնացիոն (թեկուզ մտքում) չափից դուրս շատ վայրիվերումներից խուսափելու համար նման դեպքերում գերադասելի է միջակետը, և բոլոր այն դեպքերում, երբ դրանք փոխարինելի են, բուժը պիտի փոխարինվի ստորակետով կամ միջակետով:

Նույնը՝ թվարկումների վերջում, օրինակ.

1. Ես գնացի տուն. (ոչ թե « 1. Ես գնացի տուն, »)
2. Ես եկա դպրոց.
3. Ես արեցի դասերս:

Հիշենք, որ բուժի և միջակետի գործածման դեպքերից մեկն է, երբ արտահայտության սկզբից հետո գալիս է նրա նախորդ մասը, նրա իմաստը, ասելիքն այս կամ այն կերպով բացատրող, լրացնող արտահայտություն: Սակայն բուժի և միջակետի տարբերությունն այն է, որ բուժը նաև գործածվում է այն դեպքերում, երբ արտահայտության որևէ անդամ (ներ) սղվել է (են): Այս առումով, եթե «ապա» բառը բաց է թողնված (ինչը հաճախ է պատահում), ապա «եթե»-ական արտահայտությունից հետո բուժ գործածելը ճիշտ է:

Կետադրական նշանն ու-ի վրա

«Ու» տառի վրա կետադրական նշանն այսօր սովորաբար դրվում է «ո»-ի վրա. «ո՛ւմ, ո՛ւր» և այլն: Սակայն ԵՀՀ-ն գերադասում է կետադրական նշանը դնել «ւ»-ի վրա կամ նրանից հետո, որպեսզի ընդգծվի «ու» տառ-հնչյունի ամբողջականությունը. «ու՛մ, ու՛ր»: «Ու»-ի վրա նշանը կարծես «կազմալուծի» «ու» տառ-հնչյունը և անհարկի ասոցիատիվ հղում է ստեղծում «վյունիս» և այլ հին կամ արևմտահայերեն ուղղագրական կանոններին «վերադառնալու» դեբատին: ԵՀՀ-ի տեքստերը ժամանակակից արևելահայերենով են, որտեղ «ու» տառ-հնչյունն աներկբայելիորեն միասնական է:

ՓԱԿԱԳԻԾ

Հայերենում կա միայն կիսակլոր փակագիծ: Կոտորակ փակագիծը սկսել է օգտագործվել պատմականորեն այլ մշակույթների կողմից արտադրված մեխանիկական գրամեքենաների ստեղծերին հայերենի բոլոր տառերն ու նշանները տեղավորելու դժվարությունից: Այժմ ոչ մի կարիք չկա կիսակլոր փակագիծը փոխարինելու կոտորակ փակագծով, և՛ նախադասության մեջ, և՛ թվարկումների դեպքում:

« 1/, 2/, 3/»-ի փոխարեն՝ « 1), 2), 3)»:

Նաև հաշվի առեք, որ փակագիծը պիտի հազվադեպ և զգուշորեն օգտագործվի նախադասության մեջ, ծավալուն արտահայտությունները, որոնք միտում են փակագծի մեջ պարփակվել, պիտի դուրս բերվեն «մայր» նախադասությունից և դառնան կամ ստորադասություն, կամ՝ առանձին նախադասություն:

ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐ

Հապավումների առաջին օգտագործումից առաջ պիտի գրվի դրանց բաց տարբերակը, փակագծի մեջ՝ հապավումը, որից հետո մնացած տեքստում միշտ օգտագործվի հապավումը: Հապավումը կրկին կարող է բաց օգտագործվել միայն ոճական հստակ կարիքի դեպքում: Օրինակ. «Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամը (ԵՀՀ) փորձում է կանոնակարգել իր հայերեն տեքստերի խմբագրման սկզբունքները: ԵՀՀ-ն արտադրում է բազում տեքստեր»: Հապավումին կից գծիկն ու թեքումը (ԵՀՀ-ն, ՄՉԳ-ի) հաճախ թողնվում են հեղինակի կամ խմբագրի նախասիրություններին, գերադասելի է, որ նրանք ընտրեն մեկ ոճ ամեն հապավման համար և պահպանեն այն տվյալ տեքստում, իսկ էլ ավելի գերադասելի է՝ նաև բոլոր տեքստերում, որտեղ այդ հապավումն օգտագործվում է: Սակայն բարեհնչունության նկատառումներով կարող են երբեմն լինել դեպքեր, երբ հապավումը, որ մինչ այդ թեքվում էր, չի թեքվում:

ՈՐՈՇՅԱԼ ԱՌՈՒՄ

Հայերենում եթե հաջորդ բառը սկսվում է ձայնավորով, նախորդի «-ը» որոշյալ առման մասնիկը մեծ մասամբ պիտի փոխարինվի «-ն»-ի, բարեհնչունության նպատակով: Դա տեղի չի ունենում, եթե երկու բառերի միջև կա կետադրական նշան: Օրինակ. «Սա իմ սիրելի գույնն է:», սակայն՝ «Եթե չնկատեց սխալը՝ ավելի լավ», «Եթե դիտեցինք այս նկարը, ապա շարժվեք առաջ»:

Թ.

«Թվական» բառի կրճատ ձևը պիտի առանձին գրված լինի: Օրինակ. «2019 թ.», ոչ թե «2019թ.»:

ԵՎ/ՈՒ

Թվարկումների դեպքում գերադասելի է առաջին դեպքում օգտագործել «և», հաջորդ դեպքում՝ «ու»: Եթե, սակայն, նախադասությունը պարունակում է խոսակցական ոճի տարրեր, գուցե «ու»-ն առաջին դեպքում լավ հնչի:

ՆՈՐ ՏՈՂ

Doc ֆայլի տեքստերում նոր տողը փոխարինվում է տողամիջյան ավելի տարածուն բացատով՝ վեց կետ:

ԹՎԵՐ

Թեև պարտադիր չէ, սակայն ԵՀՀ-ն գերադասում է նախադասության սկզբում օգտագործել թվի տառային տարբերակը. «Տասներկու շահառուներ մասնակցեցին միջոցառմանը», իսկ նախադասության մեջտեղում կամ վերջում՝ թվային. «Նրանցից 10-ը հետագայում գրեց միջոցառման մասին»: Սա չի վերաբերում տարբերակին. «1979 թ. հոկտեմբերի 17-ին մենք...», և այլն:

ՀՈԳՆԱԿԻ ԹՎԱԿԱՆԻՑ ՀԵՏՈ ԵՉԱԿԻ

Բարեհնչունության համար երբեմն թույլատրելի է ասել. «Տասներկու շահառու մասնակցեց» ոչ թե «տասներկու շահառուներ մասնակցեցին» կամ «Տասներկու շահառու մասնակցեցին»:

ՎԵՐԱԲԵՐՎԵԼ/ՎԵՐԱԲԵՐԵԼ

Գրեթե բոլոր դեպքերում այս երկու, այսօր գրեթե համահավասար տարբերակներից օգտագործվում է «վերաբերվել» տարբերակը, քանի որ սովորաբար ենթական է «վերաբերվում» ինչ-որ բանի (և՛ որպես վերաբերմունք, և՛ որպես «վերաբերել» հանգեցնելու իմաստով), և դժվար է պատկերացնել, որ այն, ներգործական սեռով, «վերաբերի» ինչ-որ բան ինչ-որ բանի: Սակայն եթե վերջին դեպքը հստակ արտահայտված է՝ իհարկե, օգտագործվում է «վերաբերել»: Միշտ օգտագործեք «Ինչ վերաբերվում է...» ձևը, և չեք սխալվի:

ՀԱՎԵԼՅԱԼ ՆԿԱՏԱՌՈՒՄՆԵՐ

- ԵՀՀ-ն հաճախ խմբագրված տեքստերը վերանայելուց հետո ուղարկում է խմբագրին ուսուցողական նպատակով: Ինդդում ենք այդպիսի դեպքերում համեմատել ձեր օրինակը վերանայված օրինակի հետ, ինչը թույլ կտա հետագայում հարմարեցնել ձեր խմբագրումը ԵՀՀ-ի պահանջներին:
- Տեքստի տեխնիկական ձևավորման ժամանակ աշխատեք չխախտել doc

Ֆայլերի ստանդարտ կառուցվածքը: Հենց Նոր տողի փոխարեն օգտագործվող տողամիջյան բացատը՝ կազմված 6 կետից, սովորաբար ավտոմատ կերպով է առկա: Եթե դուք օգտվում եք Word ծրագրի ոչ այն տարբերակից, ինչ ԵՀՀ-ն, հավաստիացե՛ք, որ ձեր խմբագրած/ներկայացրած տեքստը ԵՀՀ ստանդարտ տարբերակով անկորուստ ընթեռնելի է: Ուշադրություն դարձրե՛ք, որ երբեմն որոշ կետադրական նշաններ (օրինակ, միջակետը կամ վերջակետը) ԵՀՀ ընդունած ստանդարտ տարբերակից դուրս ճիշտ չեն արտահայտվում (կարող են փոխարենը լինել դատարկ քառակուսիներ):

- Այս և այլ խնդիրներից խուսափելու համար խորհուրդ է տրվում տեքստն ավարտելուց հետո հիշել, փակել և Նորից բացել ու ստուգել ԵՀՀ ուղարկելուց առաջ, կամ բացել ԵՀՀ-ում տեղադրված որևէ համակարգչով և ստուգել:
- Ինչպես հայտնի է, doc ֆայլի հայերեն տեքստերը պիտի լինեն սիլֆայենով (Sylfaen), լատինատառը՝ Times New Roman: Սա վերաբերում է տեքստի անխտիր բոլոր կոմպոնենտներին, ներառյալ վերնագրերը և հղումների տեքստերը: Որպեսզի սիլֆայենի մեջ ներմուծված լատինատառը դառնա Times New Roman, կարող եք ողջ տեքստը դարձնել սկզբում սիլֆայեն, հետո՝ Times New Roman, այդ դեպքում հայերենը կմնա սիլֆայեն, իսկ անգլերենը կդառնա Times New Roman:

ՀԱՎԵԼՅԱԼ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

Այս թեմայով հայերեն հավելյալ գրականություն ԵՀՀ-ն չի հայտնաբերել, բացի ստորև նշված երկու դեպքից.

Պարիս, Գ. 1953. Պոլիգրաֆիական և հրատարակչական տերմինների ռուս-հայերեն համառոտ բացատրական բառարան, Երևան, Հայպետհրատ, http://tert.nla.am/archive/HAY%20GIRQ/Ardy/1951-1980/poligrafiakan_hratarakchakan_1953.pdf

Քոլին, Փ. 2003. Հրատարակչական տպագրական եզրերի բառարան, Երևան, Գիտանք, http://tert.nla.am/archive/HAY%20GIRQ/Ardy/2001-2011/hrattpagr_bararan_2003.pdf

ABSTRACT

Formerly, publishing a text was solely a professional endeavour. Nowadays, with the advance of technology and the ease of publishing, boundaries between professionalism versus general knowledge in this field have become vaguer. Professionals in this field in Armenia who possess all the knowledge about the process of publishing are few. Coordination of the working procedure between the people involved is also of a paramount importance, as some of the roles, such as that of the editor or copy-editor are often taken over by the author or the team involved. Taking into consideration all the issues that can emerge as a result of the unclear division of work in this area, EPF has prepared the Guide to Publishing to provide basic necessary information on how the text production for publishing should be organized, what rules should be observed for each stage from the preliminary draft production to publishing and dissemination, how to organize and coordinate the work with the (internal or external) editors, copy-editors, designers, publishing companies, the print house, etc. The checklists in the annexes allow for easier tracking of the process, making quality publishing a reachable goal for the general public as well as civil society and its organizations. The manual can be used also by professional publishers, e.g. for understanding the concerns (and training their personnel) on the issues of importance to the text producers and clients.

Keywords: publishing, publication, design, text, editing, proofreading, text production, printing, management, civil society, literacy, text copy-editing, page layout, font, analysis, plagiarism, teamwork, printhouse, dissemination, writing

«ԵՅՅ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ» ԽՈՐԱԳՐԻ ՆԵՐՔՈ ՊԱՏՐԱՍՏՎԱԾ ԱՅԼ ՀՐԱՊԱՐԱԿՈՒՄՆԵՐ

- Զննադատական մտածողություն. տրամաբանական սխալներ և հոռետրաբանական շեղող կիրառուկներ, 2019, <https://epfarmeria.am/hy/document/Logical-Fallacies-and-Misleading-Rhetorical-Tricks-Critical-Thinking>
- Համակարգված մտագործունեության մեթոդաբանություն և կրեատիվ խաղեր, 2018. <https://epfarmeria.am/hy/document/MSTA-Creative-Game>
- Հասարակություն և տեղական ինքնակառավարում. կազմակերպագործունեական խաղի արդյունքները, 2018, <https://epfarmeria.am/hy/document/OAS-Highlights-CELoG-2018>
- ԵՅՅ-ն և մշակույթը, գրականությունն ու արվեստը (անգլերեն), 2018, <https://epfarmeria.am/document/EPF-Culture-Literature-Art>
- Հանդուրժողականության և անհանդուրժողականության դրսևորումները հայ գրականության մեջ, 2017, <https://epfarmeria.am/hy/document/Logical-Fallacies-and-Misleading-Rhetorical-Tricks-Critical-Thinking>

PUBLICATIONS UNDER THE 'EPF UNIVERSITY' HEADLINE

- Critical Thinking: Logical Fallacies and Misleading Rhetorical Tricks (in Armenian). (2019), <https://epfarmeria.am/hy/document/Logical-Fallacies-and-Misleading-Rhetorical-Tricks-Critical-Thinking>
- About the Methodology of Systemic Thought Activity (MSTA) and Creative Games. (2018), <https://epfarmeria.am/document/MSTA-Creative-Game>
- Society and Local Self-Governance. Conclusions and Recommendations from Organizational Activity Seminar. (2018), <https://epfarmeria.am/document/OAS-Highlights-CELoG-2018>
- Culture, Literature and Art. (2018), <https://epfarmeria.am/document/EPF-Culture-Literature-Art>
- Manifestations of Tolerance and Intolerance in Armenian Literature (in Armenian, with English abstracts). (2018), <https://epfarmeria.am/document/Manifestations-of-Tolerance-and-Intolerance-in-Armenian-Literature>

Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամի (ԵՀՀ) տեսլականն է նպաստել նրան, որ Հարավային Կովկասը կայանա որպես խաղաղ, հակամարտություններից զերծ և համագործակցող տարածաշրջան, և աչքի ընկնի քաղաքացիների ներգրավման բարձր մակարդակով, սոցիալապես պատասխանատու ձեռներեցությամբ ու կայուն, պատասխանատու և արդյունավետ հասարակությամբ: ԵՀՀ-ն տարիներ շարունակ աշխատում է քննադատական մտածողության և այլընտրանքային կրթության մեթոդների ասպարեզում իր մի շարք ծրագրերում, ինչպես, օրինակ, մարդու իրավունքների, կոնֆլիկտների տրանսֆորմացիայի և խաղաղարարության, քաղաքացիական հասարակության հզորացման և այլն:

Eurasia Partnership Foundation's (EPF) guiding vision is a South Caucasus that is peaceful, conflict-free and cooperative with civically engaged citizens, socially responsible businesses, and sustainable, accountable and effective third sector organizations. EPF works on critical thinking issues and alternative education methods for many years within its various programs: human rights, conflict transformation and peace-building, and civil society building.



Publishing Guide / Eurasia Partnership Foundation

The guide is a unique product, describing the text publishing and printing process, written in Armenian. There has not been such guide available either for professional or for general audiences. It is based mainly on the working practices and the experience of Eurasia Partnership Foundation (EPF). The guide contains detailed information and resources about the necessary steps for the accepted quality of text production, design, publication process and dissemination. The guide includes annexes which should be used as a toolkit or checklist throughout the whole cycle from the text production to printing.

ՀՏԴ 070.3

ԳՍԴ 76.17

S 381 Publishing Guide/ G. Ter-Gabrielyan, A. Grigoryan, N. Paskevichyan – Yerevan, Eurasia Partnership Foundation, 2019. - 56 pages



This guide is a part of the series of manuals published under the 'EPF University' headline. The series include texts which belong to four large directions:

Critical Thinking (CT)

War and Peace (WP)

Civil Society (CS)

Education, methodology of history, culture and values (EMHCV)

ISBN 978-9939-1-1013-4

© Eurasia Partnership Foundation, 2019

© Ter-Gabrielyan G., 2019

© Grigoryan A., 2019

© Paskevichyan N., 2019

ՀՐԱՏԱՐԱԿԶԱԿԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑԻ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ

PUBLISHING GUIDE

Սրբագրիչ՝ **Անժելա Ավագյան**
Էջադրումը և գրքի ձևավորումը՝ **Տաթև Եսայանի**

Չափսը. 17X25
Թուղթը. 60X84, 1/8
Տառատեսակները. Arian AMU

Եվրասիա համագործակցություն հիմնադրամ
Ազատության պող. 1/21, բն. 23, 0037, Երևան
www.epfarmeria.am

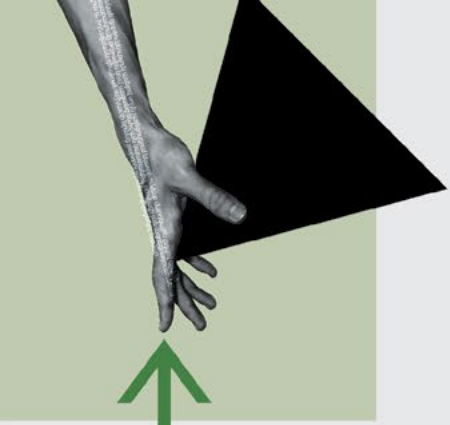
Ուրախ կլինենք ստանալ ձեր կարծիքը ձեռնարկի վերաբերյալ հետևյալ էլ. հասցեով
info-epf@epfound.am

Please send your comments / feedback to
info-epf@epfound.am

Գիրքը հնարավոր է ներբեռնել հետևյալ հղմամբ.

The book can be downloaded via this link:

<https://epfarmeria.am/hy/document/publication-algorithm>



ISBN 978-9939-1-1013-4



9 789939 110134

ԳԻՐՔՆ ԱՌՑԱՆՑ
ՀԱՍՏԱՆԵԼԻ Է

