

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ М. П. ДРАГОМАНОВА  
ІНСТИТУТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЛІТЕРАТУРНОЇ ТВОРЧОСТІ  
ІМЕНІ АНДРІЯ МАЛИШКА  
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**ЖУРНАЛІСТИКА,  
ВИДАВНИЧА СПРАВА,  
РЕДАГУВАННЯ:  
ВЧОРА, СЬОГОДНІ, ЗАВТРА**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ  
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ»**

ВИПУСК V

**КИЇВ  
ДП «Експрес-об'ява»  
2015**

УДК 070 + 655] (066)  
ББК 76.00<sub>я43</sub> + 76.17<sub>я43</sub>  
Ж 92

#### СКЛАД РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ

**Висоцький Анатолій Васильович** – доктор філологічних наук, професор, директор Інституту української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Жадько Віктор Олексійович** – доктор філософських наук, професор, академік Академії вищої освіти України, завідувач кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Сидоренко Наталія Миколаївна** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри історії журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, професор кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Дубецька Оксана Олександрівна** – кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Куляс Павло Петрович** – кандидат історичних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Марків Олександра Тимофіївна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Харчук Олена Василівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Харитоненко Олена Іванівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Чепуренко Яна Олексіївна** – кандидат історичних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Шпак Віктор Іванович** – кандидат історичних наук, професор кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

#### РЕЦЕНЗЕНТИ

**Карпенко Віталій Опанасович** – доктор суспільно-економічних наук Українського Вільного Університету (Мюнхен), професор, завідувач кафедри журналістики Університету «Україна»; **Поплавська Наталія Миколаївна** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

#### РЕКОМЕНДОВАНО ДО ДРУКУ

кафедрою журналістики НПУ імені М. П. Драгоманова.  
Протокол засідання кафедри № 3 від 31 листопада 2015

#### ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні Вченої Ради Інституту української філології та літературної творчості  
імені Андрія Малишка НПУ імені М. П. Драгоманова.  
Протокол засідання №2 від 23 грудня 2015

**Ж 92 Журналістика, видавнича справа, редагування: вчора, сьогодні, завтра : збірник наукових праць «Актуальні проблеми теорії соціальних комунікацій». Випуск V. – К. : ДП«Експрес-об'ява», 2015. – 96 с.**

ISBN 978-966-97450-8-8

У статтях викладачів кафедри журналістики НПУ імені М. П. Драгоманова проаналізовані актуальні проблеми теорії журналістики, видавничого бізнесу, літературного редагування, розглянуто також питання типології видань та особливості редагування видань різних видів і творів різних жанрів. Збірник призначений фахівцям у галузях журналістики, видавничої справи, редагування.

УДК 070 + 655] (066)  
ББК 76.00<sub>я43</sub> + 76.17<sub>я43</sub>

ISBN 978-966-97450-8-8

© Інститут української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка, 2015  
© ДП «Експрес-об'ява», 2015

---

## ЗМІСТ

---

<b>Жадько В. О.</b>	
Феномен історичної пам'яті в контексті творчої діяльності журналіста....	4
<b>Сидоренко Н. М.</b>	
Борис Олійник – поет із публіцистичним відчуттям світу.....	8
<b>Дубецька О. О.</b>	
Рейтинги дитячої періодики у світі.....	13
<b>Куляс П. П.</b>	
Редакторське чуття мови і мовна мода.....	19
<b>Марків О. Т.</b>	
Блог як засіб маніпулювання і протидії маніпулятивним впливам в умовах інформаційних війн.....	26
<b>Полтавець Ю. С.</b>	
Змістові та мовностилістичні особливості видавничих анотацій до сучасних дитячих книжкових видань.....	33
<b>Савенкова Л. В.</b>	
Вільний доступ як прогресивна форма організації фонду університетської бібліотеки.....	40
<b>Харитоненко О. І.</b>	
Тематична структура і засоби тематичного планування номера сучасних громадсько-політичних газет.....	46
<b>Чепуренко Я. О.</b>	
Типологічний та змістовий аналіз науково-інформаційного видання: до постановки питання.....	61
<b>Шевчук С. В.</b>	
Системи організації як компоненти інформаційної архітектури онлайн ЗМІ.....	68
<b>Шпак В. І.</b>	
Світовий досвід розбудови видавничої галузі.....	75

## ТЕМАТИЧНА СТРУКТУРА І ЗАСОБИ ТЕМАТИЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НОМЕРА СУЧАСНИХ ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНИХ ГАЗЕТ

У статті описана методика аналізу тематичної структури періодичного видання, подано порівняльну характеристику тематичної моделі та особливостей тематичного планування номера двох громадсько-політичних газет.

*Ключові слова:* тематична структура (модель, палітра, характеристика) газети, тематичне планування номера, контент періодичного видання, рубрикація, анонсування, акцент номера, добірка, тематична сторінка, пропорційність розподілу елементів змісту.

Формування тематичної структури газетного видання загалом і сітки кожного чергового номера зокрема – типове буденне завдання усіх редакторів-практиків. Низка пов'язаних із цим проблем давно відома. Газета виходить постійно із певною кількістю сторінок – незалежно від кон'юнктури, тобто від того, є важливі й цікаві інформаційні приводи чи нема. Газета повинна мати і зберігати свою індивідуальність – попри наявність чисельної «армії» конкурентів. Крім того, кожен конкретний період розвитку ЗМІ диктує й свої вимоги. Так, сьогодні газета мусить конкурувати ще й із більш оперативними у висвітленні подій телебаченням та інтернет-виданнями. Історичні та соціальні обставини змінюються, а разом із ними змінюються читацькі смаки, інтереси і запити. У світовій пресі з'являються нові тренди в способах, методах і формах представлення інформації. Отже, постійний моніторинг особливостей тематичної структури сучасних газетних видань вважаємо актуальним завданням.

Не менш важливим аспектом досліджень у цьому напрямку є розроблення методики аналізу тематичної структури періодичного видання. Незважаючи на те, що є значний масив наукових напрацювань – маємо на увазі праці таких вчених як Д. Георгієв, С. Гуревич, І. Белінська, В. Іванов, Т. Крайнікова, В. Попоа, Л. Фіть, В. Шевченко, – нема визначеності щодо методики аналізу і щодо найважливіших критеріїв оцінювання тематичної структури видання. Більшість науковців вдаються до фрагментарної характеристики тематичної структури видань через опис системи рубрикації, змісту публікацій, рейтингу тематичних напрямків тощо. Все це доводить актуальність як теоретичної, так і практичної складових аналізу тематичної структури і тематичного планування номера газетного видання.

Мета і завдання статті – 1) на основі узагальнення поглядів науковців щодо тематичної структури видання і засобів тематичного планування номера запропонувати схему аналізу тематичної структури видання; 2) описати тематичну структуру і здійснити порівняльний аналіз тематичного планування номера двох загальноукраїнських щоденних громадсько-політичних газет – «День» і «Україна молода» («УМ»).

Сьогодні тематична структура періодичного видання – предмет досліджень багатьох українських вчених. Так, Т. Крайнікова, аналізуючи смислову концепцію видання, наголошує на термінологічній невизначеності: в наукових працях ідеться про «ідейну концепцію», «змістову концепцію», «смислову концепцію», «змістову модель», «концепцію змісту», «концепцію змістової конструкції», «концепцію викладу змісту». Зауважимо, що в науковій літературі з нашої теми насправді є тяжіння до термінологічної синонімії. Крім зазначених Т. Крайніковою вживаються такі терміни як «тематична структура», «тематична модель», «тематична композиція», «тематична палітра», «тематична спрямованість», «тематична характеристика», «тематичний напрямок». На наш погляд, основна проблема полягає навіть не в кількості термінів, а у відсутності ієрархізованості їх використання. Так, термін «тематична модель» вживається як для позначення концептуальних, програмних завдань видання, так і для характеристики конкретних тематичних блоків, які з'являються на шпальтах видання за певний період.

Багато уваги тематичній структурі періодичного видання приділяє В. Шевченко. Тематична структура, як частина внутрішньої структури видання, за В. Шевченко (тут вона є послідовницею болгарського дослідника Д. Георгієва), формується завдяки поділу публікацій на три групи: основна тематика (виконує специфічну соціально-інформаційну функцію видання і визначає його місце в суспільстві); додаткова тематика (не суперечить основній, а доповнює її – новини, фоторепортаж, історичний досвід, економіка на тлі політики тощо); довідково-інформаційні публікації (програми телепередач, анонси, афіші, курси валют, прогнози погоди, гороскопи, реклама)» [5, 12]. До засобів тематичного планування В. Шевченко відносить поділ тематичного матеріалу на групи, формування тематичних добірок, акцентування, вибір інформації, подання публікацій із продовженням.

Наукові доробки В. Іванова, І. Белінської містять аналіз тематичної структури різних видань. Ці праці дають можливість з'ясувати, які методики аналізу найбільш застосовні та ефективні сьогодні.

В. Іванов у статті «Шляхи підвищення популярності періодичної преси» характеризує низку європейських видань. Для опису тематичної структури дослідник фіксує: 1) зміни в рубрикації; 2) характер висвітлення (інформування, аналітика, розважання); 3) кількість реклами; 4) обсяг публікацій; 5) конкретні тематичні напрямки (актуальна політика, економіка, мода, кулінарія, спорт, скандали, сімейний побут, корисні поради, чутки тощо); 6) співвідношення публікацій, розрахованих на масового читача і на більш вузькі сегменти читацької аудиторії [3, 12].

Доволі чітко методика аналізу тематичної структури періодичного видання описана в статтях і дисертаційному дослідженні І. Белінської [1]. Зокрема, розроблена така схема критеріїв оцінювання тематичної моделі: «1) рік заснування, специфіка, ареал розповсюдження; соціальний адресат видання; 2) формат, кількість сторінок, періодичність виходу, наклад аналізованого ЗМІ; 3) концепція; 4) перелік (рейтинг) основних тем; 5) автори

досліджуваного часопису; 6) кількість тематичних сторінок та рубрик; 7) актуальність тем-лідерів для кожного типу видання, глибина, послідовність, оперативність та систематичність розкриття тем; переважаючий тип викладу (інформаційний, критичний, аналітичний); 8) загальний висновок про якість розробки тем, пропозиції щодо вдосконалення тематичної палітри (моделі часопису)» [1, 8]. На сьогодні це найбільш повний і системний підхід до аналізу тематичної структури видання: ураховані як кількісні (обсяг, рейтинг), так і якісні (способи представлення тем у виданні) показники.

Наприкінці огляду наукових джерел варто згадати і низку положень фундаментальної праці Д. Георгієва «Режисура газети». Учений запропонував розрізняти стаціонарний (постійний) і нестаціонарний (пульсуючий) типи тематичного планування. Перший пов'язаний із сталою системою рубрик і пропорційним розподілом тем між цими рубриками в кожному номері. Другий передбачає суттєву варіативність тематичних напрямків – залежно від зовнішньої кон'юнктури чи від тем, які закріплені за певними днями випуску газети. Щодо засобів планування, то саме Д. Георгієв запропонував зважати на 1) поділ тематики (основної, додаткової, довідково-інформаційної) за рівнями; 2) ритмічність і послідовність у відображенні постійних елементів змісту через рубрики; 3) необхідність акцентування; 4) послідовність висвітлення тем; 5) застосування змінних для частини накладу сторінок; 6) обсяг тематичних напрямків і мікронапрямків. Крім того, велику увагу вчений приділив такому засобу тематичного планування як пропорційність. Ідеться про 1) співвідношення публікацій за критерієм «масовість-спеціалізованість»; 2) співвідношення позитивної і негативної інформації; 3) «географію газети» (систематичне представлення інформації для різних територіальних одиниць – областей, округів, районів); 4) пропорційність у тому, про кого пишуть (героїв публікацій), а це можуть бути відомі особистості чи звичайні люди.

На основі узагальнення результатів дослідження тематичної структури періодичного видання в науці про видавничу справу і редагування пропонуємо робочий варіант визначення основних понять і схему аналізу.

**Тематична структура періодичного видання** – це сукупність тем і тематичних напрямків публікацій, а також засобів їх представлення, які в межах кожного конкретного номера видання реалізують його цільове призначення, ідейно-тематичне спрямування і дозволяють виконувати завдання, задекларовані в концепції видання. Тематична структура є складовою внутрішньої структури видання – нарівні з жанровою структурою і його мовно-стилістичними особливостями. Специфіка тематичної структури, порівняно з концепцією (змістовою / смисловою / тематичною), полягає в її варіативності та динамічності: вона може змінюватись, залишаючись у межах програмових засад видання, чи разом із ними. Її трансформації залежать від змін 1) читацьких смаків, запитів, інтересів, очікувань; 2) зовнішніх політичних, соціальних культурних факторів; 3) можливостей авторського колективу; 4) тенденцій вибору й представлення інформації у вітчизняній чи світовій пресі; 5) конкурентного середовища.

Назвемо основні засоби створення тематичної структури (тематичного планування) видання.

**Рубрикація.** Упорядкування тем за допомогою системи рубрик – один із найважливіших засобів не лише тематичної структури, а й архітектоніки видання загалом. Систему рубрикації ми можемо оцінювати за кількома критеріями.

Перш за все, варто звернути увагу на те, як *співвідносяться рубрики і суперрубрики*. Протягом майже всього ХХ століття газети й журнали суттєво відрізнялися саме за способами рубрикації. В журналах використовувалися суперрубрики, які були постійними і визначали тематику конкретних сторінок чи розворотів. Газети ж переважно не використовували суперрубрик, а доповнювали постійними чи епізодичними рубриками тільки конкретні публікації (нині такий спосіб рубрикації зберігають, наприклад, «Сільські вісті»). Наприкінці минулого століття ситуація змінилася. Тепер і в журналах, і в газетах є суперрубрики (наприклад, «Україна», «Світ», «Політика», «Культура», «Дозвілля»), які задають «тональність» сторінкам і розворотам. Вони зазвичай постійні і відтворюються в кожному номері видання. Загалом, визнаємо, що це дуже зручно і для читачів (видання чітко структуроване, ця структура інтуїтивно зрозуміла, улюблені рубрики й очікувані публікації легко знайти), і для редакторів (за умови чіткого закріплення контенту за певними рубриками легше організувати роботу редакції, заздалегідь визначаючи відповідальних за той чи інший тематичний напрямок). Однак зауважимо: відмова від рубрик, які б стосувалися не низки публікацій на сторінці, а конкретного матеріалу, збіднює заголовковий комплекс і можливості редакторської інтерпретації інформації.

При аналізі тематичної структури видання варто також зважати на *співвіднесення тематичних і службових рубрик* (тих, які вказують на джерело інформації, жанр публікації, час події чи написання, актуальність, наприклад: «Репортаж», «На часі»), а також рубрик, які чітко визначають тематичний напрямок («Книжкова полиця»), і тематично універсальних рубрик («Події», «Новини», «У вирі подій», «Цікаво»). Варто зазначити, що поєднанням рубрик різних видів не варто легковажити, адже тематична рубрика – це зобов'язання. За умови, коли публікацій певного тематичного напрямку може бути більше чи менше, завжди в нагоді бувають службові та універсального спрямування рубрики, адже рубрики «Актуально» чи «У вирі подій» можуть наповнюватися яким-завгодно контентом, пов'язаним з політикою, економікою, спортом тощо.

У системі рубрикації важливо оцінити, *в якій послідовності подаються рубрики*. Це основний маркер характеру упорядкування тематичних напрямків. Саме за рубриками легко відстежити пріоритетність тих чи інших тем.

*Рубрики варто оцінювати ще й у діахронії.* Слід зауважити, що редактори можуть обрати стабільну чи пульсуючу рубрикацію. При стабільній дотримуються чіткої та заздалегідь визначеної послідовності викладу (наприклад, завжди: «Новини», «Політика», «Економіка», «Україна», «Світ», «Суспільство», «Культура», «Спорт», «Дозвілля»). Пульсуюча означає, що

сітка номера коригується щоразу заново, залежно від появи актуальних тем (наприклад, № 34: «Новини», «Політика», «Економіка», «Суспільство», «Культура», «Спорт», «Дозвілля»; № 35: «Україна», «Світ», «Загрози», «Інтерв'ю», «Подорожуємо разом»). При діахронічному аналізі системи рубрикації можна також відстежити, змінюються чи не змінюються рубрики у виданні протягом тривалого періоду – року, кількох років.

**Вибір тем.** Із усього інформаційного потоку певні теми обираються із урахуванням низки чинників, як-от: *актуальність* інформації; *відповідність ідейно-тематичній концепції* видання; *прогнозування відтворення певних тем у інших ЗМІ* і *намагання створити унікальне «обличчя»* видання; *зважання на «ефект очікування»* («ефект очікування» пов'язаний із так званими «сезонними» темами, наприклад: ціни на сільгосппродукцію на початку осені, вибори, олімпіади тощо, а також надто актуальними темами, які гарантовано будуть висвітлюватися і в інших ЗМІ; особливості планування полягають тут не у відмові від цих матеріалів, а в способах їх представлення за допомогою вибору жанру, оформлення тощо).

**Забезпечення пропорційності** співвідношення різних тематичних напрямків: а) *тематики основної, додаткової, довідкової, рекламної, службової* (вказівки на продовження матеріалів, врізи, звернення від редакції, акції маркетингові, відомості про авторський і редакторський колектив, випускові дані тощо); б) *позитивної і негативної інформації*; в) *міжнародної, внутрішньодержавної, регіональної, місцевої* тематики; г) *інформаційних, аналітичних, розважальних публікацій*; д) *інформації про відомих людей і пересічних громадян («наближення інтересів»)*.

**Акцентування та анонсування.** Акцентування інформації у виданні здійснюється засобами 1) *розміщення публікацій у найбільш вигідних місцях*; 2) *виділення під публікацію більшої площі*; 3) *доповнення публікації врізами, цитатами*; 4) *яскравого оформлення за допомогою увиразнення заголовка, використання лінійок, рамок, підкладок, ілюстрацій тощо*; 5) *публікування матеріалів із продовженням*.

Не менше є й різновидів анонсування (своєрідної реклами власних публікацій): 1) *анонсування однієї публікації чи її частини на першій сторінці* (частіше використовується в журналах); 2) *створення анонсу кількох найбільш резонансних повідомлень на першій сторінці* (найчастіше в центрі розміщується найважливіший анонс, а збоку, внизу чи над назвою видання, – невеличкі блоки додаткових анонсів); 3) *винесення на першу шпальту початку найважливішої статті з посиланням на продовження публікації в номері*; 4) *анонсування публікацій, які будуть у наступному номері* (розташовуються такі анонси зазвичай на останній сторінці).

**Групування публікацій за тематичною ознакою.** Основними засобами такого групування є *формування добірок, тематичних сторінок, газет у газеті, обмінних сторінок, об'єднаних сторінок, змінних сторінок, спеціальних випусків, публікування серії матеріалів, на основі яких потім створюються інтернет-проекти чи книжкові серії*.



Добірка – сукупність публікацій, згрупованих за темою і поданих під загальним заголовком-шапкою. Дозволяє розкрити тему всебічно, наприклад: тема розкривається в статті чи репортажі, а до основної публікації додаються інтерв'ю, коментар, біографічна довідка тощо.

Газета в газеті – газета, яка «виросла» з рубрики. Зазвичай має власний заголовок, макет, нумерацію сторінок, періодичність, однак не є самостійним виданням. Формується 1) для певних категорій читацької аудиторії (наприклад, «Світ дитинства»), 2) у результаті накопичення матеріалів на одну тему чи актуалізації читацьких запитів на якусь тему («Поради юриста», «Здоров'я», «Сад і город», «Подорожуємо разом»). Газета в газеті виходить у межах «материнського» видання, але з іншою періодичністю, наприклад, не щодня, а раз на тиждень чи раз на місяць.

Спеціальний випуск – це випуск, підготовлений із якоїсь нагоди (ювілею, виборів тощо). Спецвипуск газети може створюватися як окреме видання (посилаємось тут на ДСТУ 3017-95) і як один із номерів будь-якої газети.

Тематична сторінка – сторінка, на якій подані матеріали одного тематичного спрямування. Варто зауважити, що з переходом газет до журнального типу рубрикації в них тепер кожна сторінка чи розворот – тематичні, оскільки суперрубрика в колонтитулі визначає один для всіх публікацій тематичний напрямок.

Змінна сторінка – сторінка номера, яка для кожного регіону країни своя. Об'єднана сторінка – сторінка, яка в незмінному вигляді публікується в кількох різних виданнях. Обмінна сторінка – сторінка, яка підготовлена редакцією іншої газети і слугує своєрідним засобом рекламування «дружного» видання. Ці три засоби ми подали разом, оскільки всі вони в більшості вже в минулому газетярства. Нині, в умовах жорсткої конкуренції, редакції не схильні до співпраці, хіба що в межах видавничих холдингів, які випускають кілька журнальних і газетних видань. Хоча, пам'ятаймо, що все забуте рано чи пізно відроджується. Наприклад, Л. Ю. Мазур, головний редактор часопису «Жінка», на одній із зустрічей зі студентами всього лише кілька років тому розповідала про свої намагання відродити практику розміщення обмінних сторінок у виданні.

Публікування серії матеріалів, на основі яких потім створюються інтернет-проекти чи книжкові серії, – засіб, який актуалізувався протягом останніх десятиліть. Віддавна постійні читачі періодичних видань практикували робити вирізки найцікавіших публікацій, збирати їх і зберігати. Сьогодні редактори полегшують завдання своїм передплатникам: із публікацій, згрупованих за темою чи автором, формуються книжкові видання. Це дуже зручно для спеціалізованих, виробничих часописів.

**Створення інтернет-газети та сайту.** Електронні ресурси – один із найважливіших засобів роботи редакції з контентом. Перш за все, завдяки їм вдається цей контент зберегти. Усім відома драматична для журналістів істина: газета важко створюється, але швидко помирає. Вчорашня газета не потрібна нікому. Реалії сьогодення заперечують це твердження. Завдяки новим

технічним можливостям газета набуває значущості літопису, історичного документа і джерела інформації, доступного не лише тим, хто ходить до бібліотеки чи архівів, але абсолютно всім. Крім того, інтернет-ресурси зазвичай розширюють можливості доступу до інформації, полегшують зворотний зв'язок із читачами.

Що найважливіше для оцінювання тематичної структури видання – завдяки сайту чи інтернет-газеті можна ознайомлюватися з тематичною палітрою видання і в синхронії, і в діахронії, тобто читач може вибрати з архіву певний номер і проаналізувати інформаційну картину певної доби, або ж він обирає рубрику чи тему і може простежити історію одного тематичного напрямку за якийсь період, наприклад, за місяць чи півроку.

Власне, послідовна характеристика усіх цих засобів (причому з якісними і кількісними показниками) – це і є той алгоритм, який дозволяє здійснити комплексний аналіз тематичної структури видання і особливостей його тематичного планування. Враховувати потрібно також тип видання, його ідейно-тематичне спрямування, обсяг, особливості читацького і цільового призначення.

Проаналізуємо тематичну структуру номерів щоденних всеукраїнських громадсько-політичних газет «День» і «Україна молода» («УМ») за 26.09.13 і за 06.10.15<sup>1</sup>.

*Тип видання та його ідейно-тематичне спрямування.* Якщо визначити вид цих видань за ДСТУ 3017-95, то це загальнодержавні громадсько-політичні щоденні газети. «День» позиціонує себе як «щоденна всеукраїнська газета», «УМ» – як щоденна інформаційно-політична газета.

Для «Дня» актуальними завданнями протягом багатьох років залишаються об'єктивне висвітлення найважливіших суспільно-політичних проблем і формування неспотвореної, правдивої історичної пам'яті українців. І автура, і читацька аудиторія газети здебільшого «академічні»: не випадково видання співпрацює з більшістю наукових установ і вищих навчальних закладів України.

«УМ» створювалась у 1991 р. як молодіжне видання, але нині воно зорієнтоване на аудиторію національно свідомих читачів різного віку. Акценти і пріоритети видання визначені таким чином: чесність, сміливість, незалежність, патріотизм у висвітленні подій і фактів.

Як бачимо, об'єднують ці два видання національно-патріотичні настрої, соціально-політичний вектор, а також наміри просвітництва і служіння суспільству. Відмінності вбачаємо в тому, що «УМ» акцентує увагу на інформаційній складовій (домінують замітки, інформаційні кореспонденції, репортажі), і це прямо декларовано у вихідних відомостях, де зазначено: «інформаційно-політична газета». «День», за жанровою палітрою (велика

---

<sup>1</sup> Ця стаття створювалася і була здана до друку в один із збірників наукових праць ще 2013 року. Збірник не вийшов, зате тепер маємо можливість проаналізувати ще й те, як змінилися особливості тематичного планування з 2013 до 2015 року.

частка статей, коментарів, рецензій), можна визначити як інформаційно-аналітичне видання.

*Обсяг видання (кількість сторінок і формат) і кількість публікацій.*  
 «День» – близько 36 матеріалів (2013) і 24 (2015) на 12 сторінок (формат В3);  
 «УМ» – близько 44 матеріали (2013) і 37 (2015) на 16 сторінок (формат А3).  
 Таким чином, співвідношення кількості публікацій до обсягу видання в обох газетах приблизно однакове.

*Упорядкування тем за допомогою рубрик.* Проаналізуємо, за допомогою яких рубрик упорядковується тематична палітра в «Дні» та «Україні молодій».

«День» 26.09.13	«День» 06.10.15	«УМ» 26.09.13	«УМ» 26.09.13
«День України» «День Планети» «Акт. інтерв'ю» «Подобиці» «Тема “Дня”» «Економіка» «Подобиці» «Суспільство» «Культура» «Тайм-аут» (в інших номерах – «Світові дискусії»)	«День України» «День Планети» «Тема “Дня”» «Подобиці» «Світові дискусії» «Економіка» «Суспільство» «Культура» «Тайм-аут»	«ІнФорум» «Політика» «Світ і Україна» «Економіка» «Суспільство» «Регіони» «Точка на карті» «Я вам пишу» «Минуле і думи» «Культура» «Здоров'я» «Спорт» «Калейдоскоп» (в інших номерах – «Світ без політики», «Довкілля», «Постаті», «Людина», «Споживач»).	«ІнФорум» «Політика» «Регіони» «Світ» «Економіка» «Селяни і К <sup>о</sup> » «Екологія» «Право» «Медицина» «Культура» «Спорт» «Калейдоскоп»

У обох аналізованих виданнях використовуються як суперрубрики в колонтитулах, які визначають тему сторінки чи розвороту, так і рубрики до кожної публікації. Суперрубрики тематичні, але, так би мовити, не вузькоспеціалізовані. В «День Планети», «Подобиці», «ІнФорум», «Суспільство», наприклад, можуть потрапляти новини і політичного життя, і спорту, і культури. Це дозволяє робити сітку номера мобільнішою і створювати додаткові акценти номера. Але за таких умов у межах великої рубрики різні за тематичною спрямованістю публікації потребують додаткової «реклами», яка і реалізовується вже за допомогою рубрик, які розміщуються безпосередньо в заголовковому комплексі статей. Ці рубрики лаконічні, номінативні: «Спорт», «Втрата», «Поворот», «Точка зору», «Енергетика», «Сусіди», «Погляд», «Скандал», «Парламент», «Пряма мова» тощо.

Майже не використовують редактори обох видань службових суперрубрик (виняток – «Актуальне інтерв'ю», «Фотофакт» в «Дні»). Жанр публікацій, їхня актуальність тощо визначаються вже в рубриках, які додаються до статей.

Як бачимо, «День», порівняно з «УМ», використовує невелику кількість суперрубрик. «Україна молода» за допомогою рубрикації створює більш деталізовану і більш варіативну тематичну палітру номера.

Обидві редакції обирають стабільне тематичне планування: суперрубрики та порядок їх розташування практично не змінюються не лише від номера до номера, але й протягом років. Як відомо, газетна рубрика – це надійний «зв'язківець» між редакцією та читачами. Люди звикають до знайомої з попередніх чисел структури номера, легко знаходять улюблені рубрики. Сьогодні в більшості періодичних видань редактори з повагою ставляться до цих читацьких звичок, уподобань і не ризикують розривати налагоджені зв'язки з читачами.

Варто відзначити ще кілька засобів, які використовує зокрема «День» у рубрикації. По-перше, в частині суперрубрик («День України», «День Планети», «Тема «Дня») обіграється назва видання. Це зазвичай не тільки доволі ефективний засіб «самореклами», а й свідчення концептуальності контенту: наголошується на тому, що інформаційна картина доби в Україні та світі подана так, як бачить її редакція саме цього видання, актуальність теми дня засвідчується не тільки резонансом у суспільстві, а свідомим вибором редакторів. Можна сказати, газета щодня намагається не просто передавати інформацію, а моделювати певну картину світу. По-друге, «День» пропонує рубрики-близнюки («День Планети» і «Світові дискусії») та часто повторює одні й ті самі суперрубрики (наприклад, «Подробиці») на різних сторінках у різних частинах номера. Це, зрештою, дозволяє один і той самий тематичний напрямок «проводити» через кілька розділів і створювати таким чином своєрідні «лейтмотиви» номера.

*Вибір тем.* Двадцять шостого вересня 2013 р. газети писали про таке:

<b>«День» 26.09.13</b>	<b>«УМ» 26.09.13</b>
пам'ятник Шевченку в Красноармійську; аграрії про співпрацю з Китаєм; тестування з української мови для отримання громадянства; контракт боксера Усика; знищення пам'ятної дошки Ю. Шевельову в Харкові; ініціативи Президента України в ООН, звіт Кокса-Квасневського щодо можливостей євроінтеграції, триденний траур у Кенії, землетрус у Пакистані, отруєння слонів у Зімбабве; інтерв'ю з Р. Кошулинським про об'єднання опозиції заради євроінтеграції; демагогія російського президента в Європі, «війна» пам'ятників; перспективи робітників вітчизняних підприємств після «Вільнюса»; можливість постачань газу з Європи, авіакосмічна виставка, Азаров про асоціацію з ЄС, закриття пунктів пропуску на кордоні з Росією, домовленості з Москвою в атомній галузі, збільшення видобутку вугілля; переосмислення націонал-соціалістичного минулого в Нюрнбергу; створення	піратство екологів, знищення меморіальної дошки Ю. Шевельову, суд над «врадівськими гвалтівниками», як зробити інтелект ресурсом розвитку України; чоловік та четверо дітей кілька років мешкали в лісі, Україна тимчасово закрила кордон для м'яса з Білорусі та Росії, на «Каву до Львова!»; проблеми зі звільненням Ю. Тимошенко, міліція не покарає нардепа за погром «гральної клоаки», про вбивство Чорновола, незалежність суддів; перевибори в проблемних округах; переслідування журналіста; Президент Янукович в ООН, Кенійська поліція звільнила заручників і захопила терористів; сучасні види озброєння України, інвестиції з Китаю; музей грошей у Сумах; трагічні сторінки історії Полтавщини, урожай арахісу на Херсонщині, збирали гриби і заблукали, полігону для побутових відходів у Люботині, подарунок німецьких пожежників Миргороду; про село, де народився вбивця Бандери; про психологію

оригінального камуфляжу в Україні, львівський «Ярмарок спорту», ужгородський довідник про місто, львівській гімназії присвоїли ім'я О. Степанів; Міжнародний фестиваль сучасної музики у Львові, на екранах фільм про засновника фірми «Еппл»; «парад» керамістів, віртуози Слобожанщини, Джефрі Раш зіграє роль бога Ра, гастрольне турне Донбас Опері, інтерв'ю з Андреасом Макко; новий сезон національного цирку України.	раба, чому українці почуваються нацменшиною вдома, діти війни платять за комунальні послуги більше; дітям про Великий голод, про відзначення 80-х роковин геноциду; Франкові каменярі; Інтерв'ю з Жан-Клодом Маркаде про супрематизм; коли недуга «бере за горло», дорога до здорового серця, корисні поради; контракт Усика з Кличками, гандбол, спортивна хроніка; про американську поп-зірку, американський парк жахів, кросворди, приколи.
---	--

Шостого жовтня 2015 року газети висвітлювали такі події:

«День» 06.10.15	«УМ» 26.09.13
ставлення держави до «в'язнів Кремля»; нові правила перетину лінії розмежування на сході; протести в Кишиневі; особливості португальських виборів; життя в ЛНР і ДНР; залежність України від дипломатичних перемовин щодо Донбасу; біженців у Європі; ставлення білорусів до військових РФ; реакцію Саудівської Аравії, Катару, Туреччини на дії Росії; близькосхідну кризу і глобальні ризики, два сирійські фронти Кремля; «український шлях» боротьби з корупцією; технічний дефолт; показники ВВП; страйк волинських гірняків; кримський завод, який залишився без сировини; підсумки двох тижнів блокади Криму; Героїв, які загинули на Донбасі; показ у Луцьку фільму про художника УПА Ніла Хасевича; вихід фільму «Брати. Остання сповідь»; всеукраїнський тур рок-гурту Kozak System; запланований виступ переможців фестивалю «Червона рута»; виставу Київського академічного театру ляльок «Як Котигорошко врятував Батьківщину»; фестиваль китайського живопису і кіно; білоцерківський марафон.	вербування бюджетників до президентської партії на Черкащині; тиждень моди в «Мистецькому арсеналі»; заборона постановки про Сталіна та Берію у львівському театрі; ДТП в Черкасах; фінансування «Куликовців» в Одесі з Білокам'яної; очікування від зустрічі «нормандської четвірки» в Парижі; річниця Майдану на граніті; розгляд Радою законопроектів щодо реформ; незадоволення українців ситуацією в країні; протистояння опозиції та влади в питаннях порятунку економіки; реєстрація кандидатів у мери; ув'язнення активістів «Свободи»; кінець «Дельта Банку»; вирішення долі останнього радянського пам'ятного знаку в Тернополі; нелегальні копачі в бурштину на Волині; побиття очільника «Правого сектора» в Херсоні; політика Кишинєва; руйнівні повені одразу в кількох частинах світу; падіння ВВП; збирання врожаю; розширення торгівлі з Китаєм; новини сільського господарства («Агророзписки»; «Курс на вільну торгівлю»; «Повернути сіль»; «Яйця для Ізраїлю»; «Рибний патруль на часі»); занесення до світової спадщини членистоногих із Зоологічного музею Франкового університету; допомога школярів лісникам на Черкащині; несправедливість суду щодо фермера на Дніпропетровщині; недоліки медичних нововведень на Вінниччині; прем'єра режисера з Криму у вінницькому театрі; вихід у світ словника діалектизмів Поділля; скарби дому Соломії Крушельницької; вшанування диригента Віктора Петриченка; відкриття кінотеатру «Жовтень»; «Харківські асамблеї»; зняття «Металурга» з чемпіонату; уїк-енд футбольної Європи; потрапляння футболістів «Локомотива до «еліт-раунду» Кубка УЄФА; історія спортивної слави братів Кличків; Сандра Буллок знову стала мамою; зйомки комерційної кіноепопеї; приколи.

При аналізі характеру вибору тем із усього інформаційного потоку, як уже зазначалося, враховуємо, перш за все, актуальність, прогнозування відтворення певних тем у інших ЗМІ і намагання створити унікальне «обличчя», зважання на «ефект очікування», відповідність ідейно-тематичній концепції видання.

Проаналізувавши інформаційну картину дня (26.09.13 і 06.10.15) за матеріалами різних ЗМІ, робимо перший висновок: у фокусі уваги обох видань насправді актуальні теми.

Тематична палітра «УМ» дуже різнопланова. Ця різноплановість навіть декларована ними на сайті: «газета, в якій разом з економічними, культурними, спортивними новинами висвітлюються соціальні питання, проблеми здоров'я, сільського господарства, освіти, дозвілля та добробуту нашого народу». Редакція підхоплює більшість «топових» новин, які висвітлюються в інших виданнях, але й пропонує велику кількість унікальних публікацій, які ніде більш не згадуються або згадуються побіжно. «УМ» не обходить своєю увагою «сезонні» теми: в номері від 26.09.13 є традиційні осінні хроніки про збирання грибів і урожаю, 06.10.15 газета також згадує, скільки відсотків врожаю ще залишилися незібраними.

«День» пропонує читачам меншу кількість тематичних напрямків. В основному, це політика, економіка, історія, культура, причому публікації з історії, які важливі для реалізації основного завдання видання – формування історичної пам'яті, – у щоденних випусках представлені мінімально, а більш розлого – в п'ятничних номерах. Не акцентується окремо увага на сільському господарстві, здоров'ї, екології. Однак провідні тематичні напрямки розглянуті всебічно, повно і більшою мірою в аналітичному, а не суто інформаційному аспекті.

Крім того, редактори «Дня» постійно створюють своєрідні «лейтмотиви» номера. Так, 26.09.13 тема «Україна – Європа» повторювалася в різних публікаціях чотири рази. В номері 06.10.15 новини зі Сходу країни винесені в анонс на першу шпальту і пунктиром пройшли через кілька рубрик: стаття про нові правила перетину лінії розмежування («Підтримка чи блокада?»), доповнюється публікаціями про життя в ЛНР і ДНР («До складу України не збираємося»), залежність України від дипломатичних перемовин щодо Донбасу («Саркофаг для Донбасу»), Героїв АТО («Довго не розповідав батькам, що став кіборгом», «Від нього віяло добром», «Свято вірив у справедливість»). До прогнозованих сезонних тем «День» зазвичай залишається байдужим.

Важливо відзначити, що тематичних збігів у двох виданнях небагато: 26.10.13 їх п'ять (меморіальна дошка Ю. Шевельову, кар'єра боксера Усика, виступ Президента в ООН, терористи Кенії, домовленості України з Китаєм), 06.10.15 всього три: падіння ВВП, дипломатичні перемовини щодо долі Донбасу, політика Кишинєва. Якщо додати до цього ще й те, що тематичні збіги з іншими ЗМІ також мінімальні, можна зробити низку висновків.

Сьогодні лише лінивий не згадував про непотрібність і близький занепад друкованих ЗМІ. Вони насправді програють телевізійним програмам та інтернет-ресурсам не тільки в оперативності, а й у кількісних показниках (як кажуть, газета не гумова, в неї все не поміститься). Однак, як бачимо, виграють у іншому: кожне друковане видання моделює свою інформаційну картину дня. Обмеженість в обсягах, порівняно з іншими медіа, із недоліку тут перетворюється на перевагу: перед читачами постає не безкінечний сувій із безкінечними новинами, а цілісний, заздалегідь продуманий твір, який має серйозний потенціал впливу. Крім того, на шпальти газет потрапляють новини, які не обов'язково резонансні чи сенсаційні, але важливі. Наприклад, навряд чи доля фермера з Дніпропетровщини, словник діалектизмів Поділля чи дім Соломії Крушельницької можуть стати топ-новинами багатьох ЗМІ, а от в «УМ», разом із іншими популярними новинами, вони формують різнобічну, різнопланову «картину світу», яка так чи інакше впливає на світогляд читача.

*Забезпечення пропорційності розподілу тем.* Співвідношення тематичних «поверхів», зокрема, основної та додаткової тематики в щоденних громадсько-політичних газетах має бути приблизно 50 % на 50 %. Основною тематикою, зважаючи на цільове призначення, для таких видань маємо вважати політику, економіку, суспільні проблеми, культуру. Решта тем, пов'язаних із спортом, екологією, здоров'ям, дозвіллям тощо, є спеціалізованими, призначеними для вузьких кіл читацької аудиторії, а отже, це додаткова складова тематичної структури.

	<b>«День» 26.09.13</b>	<b>«День» 06.10.15</b>	<b>«УМ» 26.09.13</b>	<b>«УМ» 26.09.13</b>
Політика	7	11	10	12
Економіка	9	4	3	5
Суспільство	4	3	8	5
Культура	10	6	4	8
Історія	2	0	6	0
Довкілля	0	0	1	2
Спорт	2	1	3	3
Здоров'я	0	0	3	0
Дозвілля	0	0	4	2

Проаналізувавши тематичні «поверхи», робимо висновок: «День» на 90 % приділяє увагу лише основним темам і майже не приділяє увагу іншим, розподіл в межах основного блоку приблизно пропорційний: один із напрямків зазвичай має пріоритетність, але це залежить, очевидно, не від редакційної політики, а від політичної та соціальної кон'юнктури. Додаткова тематика подана мінімально. «УМ» демонструє розмаїтість контенту. Найбільше публікацій на політичні теми, значна площа відводиться для питань економіки, культури, суспільних проблем, решта тематичних напрямків представлені менше і розподілені пропорційно. Основна і додаткова тематика співвідносяться як 25 до 17, тобто 60 % до 40 % (26.09.13) і 30 до 7, тобто 80 %

до 20% (06.10.15). Довідкова тематика в «Дні» представлена афішами, а в «УМ» – прогнозом погоди. Частка рекламних повідомлень у обох виданнях на рівні 10 %.

Ще за однією таблицею оцінимо співвідношення міжнародної, внутрішньодержавної, регіональної чи місцевої тематики.

	«День» 26.09.13	«День» 06.10.15	«УМ» 26.09.13	«УМ» 26.09.13
Міжнародна тематика	16	7	3	7
Внутрішньодержавна	11	8	19	16
Регіональна, місцева	9	9	12	14

Кількість міжнародних, власне українських і місцевих (із різних куточків країни) новин у «Дні» майже однакова. В «УМ» «географія газети» менш збалансована: найбільше новин, що стосуються всієї країни, суттєва частка – з регіонів, а от світові події висвітлені фрагментарно. Отже, обидві газети виконують свою функцію як загальноукраїнські, а от до міжнародних подій ставляться по-різному (хоча «закордонні» рубрики є і там, і там).

Суто негативних, трагічних новин обидва видання не «культивують» (26.09.13 фіксуємо 7 із 44, 06.10.15 – 4 із 37 в «УМ» і 2 до 36 в «Дні» за 26.09.13). Щодо висвітлення кримінальної хроніки, відомостей про катастрофи чи ДТП маємо такі дані:

	«День» 26.09.13	«День» 06.10.15	«УМ» 26.09.13	«УМ» 26.09.13
Кримінал	0	0	2	2
Катастрофи, ДТП	2	0	0	2

Пересічні громадяни нечасто стають героями публікацій (один раз у «Дні» і двічі в «УМ») 26.09.13. У числі за 2015 рік – п'ять разів у «Дні» і тричі в «УМ». Ефект «наближення інтересів» забезпечується переважно за допомогою відтворення регіональних і місцевих новин, а не за допомогою матеріалів про життя конкретних людей.

*Аносування і акцентування.* Газета «День» здійснює акцентування винесенням анонсів найбільш важливих публікацій на першу сторінку, причому одна з тем виділяється як ключова і займає найбільшу площу, інші невеликими блоками розташовані навколо неї. В числі 26.09.13 аносуються такі тематичні напрямки: політика – 3 публікації, культура – 2 публікації, історія – 1 публікація, тобто увага читача зосереджується одразу на кількох тематичних напрямках, які редакція вважає для себе пріоритетними. Важливим засобом акцентування в «Дні» можна визнати й створення спеціальної рубрики «Тема “Дня”». В «УМ» анонсів на першій сторінці менше – чотири. Один подається майже на всю сторінку, інші розміщені над назвою видання. Тематичний баланс в аносованих матеріалах також дотримано: політика – 1, культура – 2, спорт – 1 публікація.



*Групування публікацій за тематичною ознакою: добірки, тематичні сторінки, газети у газеті, обмінні сторінки, об'єднані сторінки, змінні сторінки, спеціальні випуски, публікування серії матеріалів, на основі яких потім створюються інтернет-проекти чи книжкові серії.*

Із усіх цих засобів використовуються перший, другий і останній. Насправді часто з'являються на сторінках газет добірки-підрубрики (в «УМ» це «Поговорили», «До речі», «Новини плюс», а в «Дні» – «Довідка «Дня»»), в яких згруповано невеликі за обсягом публікації, які мають свою назву і тему, але можуть бути згруповані за певною ознакою. Ще приклади: «УМ» 26.09.13 використала тематичну сторінку: в рубриці «Минуле і думи» подані дві публікації, присвячені Голодомору 1932–1933 рр., але подані вони без узагальнювального заголовка-шапки. У «Дні» 06.10.15 в межах рубрики «Суспільство» є добірка «Вони загинули за нас», яка містить статті про Героїв АТО. Щоправда, це не власне добірка, а постійна підрубрика, яка час від часу з'являється в суперрубриці «Суспільство». Власне добірок, тобто сукупності публікацій на одну тему, які висвітлюють цю тему різнобічно, доповнюють одна одну та подані під одним заголовком-шапкою, немає. Аналіз інших громадсько-політичних газет засвідчує, що сьогодні редактори легковажать таким ефективним засобом архітекtonіки як добірка. З'являються вони епізодично переважно в спеціалізованих виданнях.

Газета «День» ефективно використовує такий засіб, як створення веб-проектів і книжкових видань на матеріалі найбільш резонансних публікацій. Книжкова серія «Бібліотека «Дня», в межах якої вийшли «І вічність Джеймса Мейса», «Сила м'якого знака», «Апокрифи Клари Гудзик», «Україна. ТОП 25», «Повернення в Царгород», «Я свідок – записки з окупованого Луганська», «Котел, або Справа без терміну давності», «Катастрофа і тріумф. Історії українських героїв», користується неабиякою популярністю. Редакція започаткувала ще один проект – історичний електронний журнал «Україна Incognita» (<http://incognita.day.kiev.ua>).

Як було зазначено вище, до створення книжок за матеріалами публікацій вдаються переважно спеціалізовані, виробничі часописи. Для «Дня» це також можливо і актуально, оскільки видання від самого початку в основу своєї концепції заклало завдання вивчення та осмислення української історії та прагне не просто висвітлювати інформацію, а змінювати світогляд співвітчизників. Таким чином, узагальнення всіх історичних досліджень, публікацій, які засвідчують інтелектуальний потенціал українського народу, це виконання одного з програмних завдань редакції, її прагнення зробити газету соціально значущою.

*Створення інтернет-газети та сайту.* Газета «День» має свій сайт (<http://www.day.kiev.ua>) і інтернет-версію газети (<http://www.day.kiev.ua/newspaper>). Функціонує і сайт «УМ» (<http://umoloda.kiev.ua>). Обидва дають можливість проглядати архіви публікацій, так би мовити, і по горизонталі, і по вертикалі. Можна знайти конкретний номер і прочитати його. Можна скористатися закладками (у «Дні» це закладка в основному меню «Газета» і

«Тема «Дня», в «УМ» це постійно відкрита вкладка), які дають уявлення про основні розділи, суперрубрики, і проглянути контент рубрик у діахронії. Зазначимо, що в «УМ» інтерфейс ресурсу для виконання зазначених вище операцій зручніший: віконце з рубриками постійно присутнє на сторінці, це дозволяє проглядати за рубриками як усі випуски разом, так і кожен номер окремо. У «Дні» в межах кожного номера рубрики непомітні. Щоб з'ясувати, в межах якої рубрики опублікована стаття, потрібно цю статтю відкрити і прочитати до кінця.

Отже, в статті подано схему комплексного аналізу тематичної структури газетного видання й продемонстровано, як саме вона може застосовуватися для характеристики конкретних видань. Це науково-методична складова цієї публікації. Однак завдяки аналізу «Дня» і «УМ» можемо зробити низку висновків про особливості тематичної структури сучасних газет: 1) сучасна газета – це газета стабільних тематичних суперрубрик, рубрики до публікацій номінативні, стандартні, використовуються не постійно; все це полегшує процеси підготовки номера і користування виданням, але збіднює виражальний потенціал заголовкового комплексу; 2) у минуле відходить поняття тематичної сторінки, оскільки всі сторінки у виданні апріорі тематичні; 3) газети не повторюють буквально інформаційну картину дня, яка формується іншими виданнями, вони намагаються моделювати свою «тематичну модель», яка має серйозні можливості впливу; унікальність тематичної палітри редакції забезпечують по-різному: «УМ» пропонує велику кількість тем, більшість із яких абсолютно оригінальні, не «топові», але важливі; «День» намагається розглянути найактуальніші проблеми всебічно, утворюючи своєрідні лейтмотиви номера; 4) на жаль, рідко використовуються добірки; 5) вдало використовуються такі засоби збереження тематичної палітри номера як публікація серії книг за матеріалами газети чи організація сайту із інтернет-гезетою.

Наприкінці зауважимо: немає чітких правил і стандартів, відповідно до яких формується тематична структура газети. Її не можна оцінювати як хорошу чи погану. Вона суттєво залежить від традицій, які склалися в галузі, завдань, які ставить перед собою редакція, політичної кон'юнктури, компетентності й творчого потенціалу журналістів, а ефективність визначається кількістю постійних читачів. Але фіксувати і вміти аналізувати досвід, причому позитивний досвід, наших попередників і сучасників ми зобов'язані. Це дозволить наступним поколінням редакторів не лише наслідувати зразки, а й шукати нові шляхи представлення контенту.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Белінська І. В. Тематична модель сучасного регіонального видання (на матеріалі друкованої газетної періодики Кіровоградщини за 1991–2003 роки): дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2004.

2. Георгієв Д. Режиссура газети / Д. Георгієв ; сокр. пер. с болг. – М. : Мысль, 1979. – 261 с.
3. Іванов В. Шляхи підвищення популярності періодичної преси / Валерій Іванов // Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене / За ред. В. Іванова та Н. Ланге. – Київ: ЦВП, АУП, 2008. – 300 с.
4. Крайнікова Т. С. Смысловая концепция издания: попытка терминологизации понятия / Т. С. Крайнікова // Научные записки Института журналистики. – 2009. – Т. 34. – С. 20.
5. Шевченко В. Е. Особенности режиссуры периодических та непериодических друкованих видань : текст лекції з курсу «Режиссура та архітектоніка видання» / В. Е. Шевченко. – К. : Інститут журналістики, 2004. – 28 с.

**Харитоненко Е. И. Тематическая структура и средства тематического планирования номера современных общественно-политических газет**

В статье систематизированы ключевые аспекты анализа тематической структуры периодического издания, представлена сравнительная характеристика тематической модели и особенностей тематического планирования номера двух общественно-политических газет.

**Ключевые слова:** *тематическая структура (модель, палитра, характеристика) газеты, тематическое планирование номера, контент периодического издания, рубрикация, анонсирования, акцент номера, подборка, тематическая страница, пропорциональность распределения элементов содержания.*

**Kharytonenko E. Thematic structure and the means of thematic planning number of modern political newspapers**

In the paper the analysis of key aspects of the content of the periodical structure, comparative characteristic features of the model and content of thematic planning number two socio-political newspapers.

**Key words:** *thematic structure (model, description) newspaper, thematic planning number of newspapers, periodical content, headings periodical, announcing, the focus of the newspaper, selection, thematic page, proportionate distribution of content.*

УДК 002.2 : 087

**Я. О. ЧЕПУРЕНКО**  
кандидат історичних наук, доцент

**ТИПОЛОГІЧНИЙ ТА ЗМІСТОВИЙ АНАЛІЗ  
НАУКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ВИДАННЯ: ДО ПОСТАНОВКИ ПИТАННЯ**

Розглядаються закономірності розширення типологічного ряду наукових видань та функціональна інтеграція в типології книги. Обґрунтовується доцільність і актуальність досліджень типології наукових видань відповідно до вимог суспільства знань та його інноваційного розвитку, окреслюються напрями дослідження системи наукових видань в контексті типології книги.

*Ключові слова:* наукове видання, інформаційне видання, науково-інформаційне видання, типологія книги

**М**ісію наукового видання в системі наукових комунікацій переоцінити складно, оскільки ці видання визнано найефективнішим науково-комунікаційним засобом. У процесі розвитку