

терських інтернет-проектів, таких як Stop Fake, створених для викриття неправдивої інформації про Україну та інші держави або рубрик із відповідною тематикою у ЗМІ.

### Література

1. Волковский Н.Л. *История информационных войн* / Н.Л. Волковский / – СПб.: ООО "Издательство "Полигон", 2003. – 7с.
2. Лассуэлл Г. *Техника пропаганды в мировой войне* / Г. Лассуэлл ; пер. с англ. Н.М. Потапова – М.-Л.: Изд-во военной политической литературы – 1929 – 200 с.
3. Щурко О. М. *Чинники формування міжнародного образу держави: принципи класифікації* / О. М. Щурко // *Політична наука в Україні: стан і перспективи: матеріали всеукраїнської наукової конференції* / О. М. Щурко. – Львів: ЦПД, 2008. – 145-146с., 308 с.

**Наталія Семен** –

канд. н. з соц. ком.,  
асистент кафедри ЖЗМК  
Національного університету  
«Львівська політехніка»,

**Юліана Казімова** –

асистент кафедри ЖЗМК  
Національного університету  
«Львівська політехніка»

## СПЕЦИФІКА РУБРИК ВІДОМИХ СВІТОВИХ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ (НА ПРИКЛАДІ “THE NEW YORK TIMES” І “THE SUN”)

Наявність рубрик є однією з ключових позицій в друкованих засобах масової інформації. Адже саме рубрики допомагають читачеві розібратись у великому масиві інформації і виокремити для себе та ознайомитись з тим, що його найбільше цікавить.

Правильна послідовність рубрик дає змогу читачеві краще структурувати подану інформацію, демонструє початок нової думки, змушує задуматись над прочитаним. Чітке дотримання послідовності

рубрик та унікальність їхнього номінування є показником неповторної стильової манери та професійності видання.

До системи рубрикації газети можна віднести цілий ряд її складників, які розкривають зміст матеріалів і виконують інші функції заголовків. Характер змісту і форми газети (газетний номер складається з великої кількості відносно самостійних матеріалів, різних за призначенням, обсягом, тематикою, жанром, адресністю та інших характеристик) обумовлює неоднорідну, багатоелементну структуру заголовної частини [2].

Врахування закордонного досвіду під час вибору найменувань газетних рубрик є запорукою їх успішного існування і популярності серед читачів. Питання специфіки рубрик друкованих видань в українському журналістикознавстві є малодослідженим. Однак, воно має вагомий науковий інтерес у зв'язку з переходом друкованих видань на цифровий формат. У цьому контексті варто виокремити дослідження таких українських науковців, як В.Шевченко та З.Партико. Наприклад, у статті «Рубрикаційні норми редагування повідомлень» З.В. Партико стверджує, що: "Для повідомлень, що їх публікують засоби масової інформації, норми редагування рубрик не завжди сформульовані достатньо чітко і базуються на науковому рівні теорії редагування 70-80-х років. Тому постає потреба вдосконалити перелік рубрикаційних норм редагування" [1]. А Шевченко В.Е. у статті «Система рубрикації газети – основа її архітектонічної організації» зазначає, що: «До системи рубрикації газети можна віднести цілий ряд її складників, які розкривають зміст матеріалів і виконують інші функції заголовків. Характер змісту і форми газети (газетний номер складається з великої кількості відносно самостійних матеріалів, різних за призначенням, обсягом, тематикою, жанром, адресністю та інших характеристик) обумовлює неоднорідну, багатоелементну структуру заголовної частини. Кожна публікація вимагає особливої уваги» [2].

Відтак, для того, аби підбір рубрик газети був ефективним і мав позитивний вплив на читача, варто ознайомитись з специфікою цієї складової у закордонних виданнях.

У дослідженні проаналізовані рубрики відомих світових видань "The New York Times" і "The Sun". Проведений нами аналіз окреслює такі подальші напрямки досліджень у вітчизняному журналістикознавстві: 1) вивчення еволюції рубрикації інших газет; 2) порівняльний аналіз рубрик у газетах різних типів; 3) проведення

подальших ґрунтовних наукових досліджень, що стосуватимуться специфіки газетних рубрик.

Спільними рисами в рубрикації видань "The New York Times" і "The Sun" є те, що усі рубрики розташовані в порядку актуальності поданої в них інформації, тобто, найбільш резонансні матеріали розміщені в рубриках на початку. Таке розташування дає змогу окреслити орієнтацію видання і продемонструвати позицію журналістів стосовно висвітлюваних в газеті питань. Крім того, усі рубрики в цих газетах пов'язані логічно-смісловим зв'язком. Назви рубрик є чіткими та лаконічними. Вони дають читачеві чітку орієнтацію на матеріал і не розпорошують його увагу. Рубрики виділені специфічним шрифтом, що дає читачеві чітке візуальне і смислове розуміння в розмежуванні матеріалів різної тематики. Це ключові риси специфіки рубрик даних видань, що сприяють їх успішному багаторічному функціонуванню.

Крім того, через неправильну організацію рубрик чимало газет не можуть повноцінно розмішувати на своїх сторінках рекламу. Адже нелогічне розташування рубрик розсіює увагу читача, відтак розміщення реклами на таких сторінках буде неефективним і не привертатиме увагу рекламодавців. У виданнях "The New York Times" і "The Sun" чітко дотримані правила організації рубрик, саме тому в них так багато реклами, адже вона тут є дійсно ефективною.

Газета "The New York Times" ( США) складається з дев'ятнадцяти рубрик, серед них: "World", "U.S.", "Politics", "N.Y.", "Business", "Opinion", "Tech", "Science", "Health", "Sports", "Arts", "Books", "Style", "Food", "Travel", "Magazine", "T Magazine", "Real Estate", "Video".

Рубрика "World" складається із таких підрубрик: "Africa", "Americas", "Asia", "Australia", "Europe", "Middle East". 30 березня 2019 року у рубриці "World" подано статтю під назвою "Ukrainians Vote, in Europe's Only Country at War", у якій йде мова про вибори в Україні, і те, що це єдина країна Європи, у якій війна. Журналісти "The New York Times" відзначають, що Україна планує провести вибори в неділю, 31 березня, що стане першим істинно оскаржуваним вибором президента, оскільки п'ять років тому вуличні протести переросли в революцію, яка скинула зневажливого російського лідера. Українці голосуватимуть у країні, поділеній між Сходом і Заходом, між корупцією та прагненням до чесної влади, між боротьбою, звичайними людьми та ультра-заможною олігархією бізнесу.

Під рубрикою "U.S." 30.03.2019 року подано матеріал під назвою "Rolling Stones Postpone Tour, Citing Mick Jagger's Health Problems", у

якому розповідається про те, що Мік Джаггер потребував медичної допомоги для невизначеної проблеми зі здоров'ям і що група відкладе весняний тур в США і Канаду.

У рубриці "Politics" 30.03.2019 року подано статтю "Trump's Order to Open Arctic Waters to Oil Drilling Was Unlawful, Federal Judge Finds", у якій зазначено, що наказ Трампа відкрити арктичні води до буріння нафти є незаконний, як це стверджує федеральний суддя.

Рубрика "N.Y." також 30 березня розмістила матеріал під назвою "Defending New York City's Forests against invaders". Суть статті полягає у захисті лісів Нью-Йорка від загарбників, оскільки інвазивні дерева можуть створити полог листя, позбавивши інших видів сонячного світла.

У рубриці "Opinion" 30 березня 2019 року журналісти подали матеріал "New York's Best Schools Need to Do Better", у якому відзначено, що найкращі школи в Нью-Йорку повинні покращитися, у зв'язку з тим, що бідність темношкірих і латиноамериканських студентів, які були прийняті до елітних громадських шкіл Нью-Йорка, є причиною тривоги та дій. До речі, рубрика "Opinion" також складається із підрубрик, серед яких: "Columnists", "Series", "Editorials", "Op-ed", "Letters", "Sunday review", "Videos", "Politics", "World", "Gender and society", "Business", "Tech", "Environment", "Health", "Culture".

У "Science" опубліковано матеріал під назвою "Volcanoes! Lightning! And Radioactive Gas, Too". У ньому йдеться про те, що вчені стверджують, що вивчення родонової ролі в електрифікації шлейфів над вулканами може допомогти людям передбачити шкоду, що виникає внаслідок вивержень.

Під рубрикою "Science" журналісти подали матеріал під назвою "Where There's Rarely a Doctor in the House: Assisted Living", у якому вказано, що оскільки жителі стають старшими і більш крихкими, деякі заклади доставляють лікарів і медсестер, замість того, щоб покладатися на 911.

Рубрика "Sports" містить статтю за 30 березня 2019 рік під назвою "Yankees' Offense Wakes Up Too Late in Loss to Orioles", у якій йдеться про те, що дебют Джеймса Пакстона, талановитого лівого пітчера, придбаний у міжсезоння, був затьмарений занадто великою кількістю помилок і занадто малими прогонами.

Під рубрикою "Real Estate" подано матеріал під назвою "Down by the Bay, in Brooklyn", журналісти газети повідомляють, що трансплантатія на Манхеттені виявляє більше спокою і простору для своїх дітей у набережній району Red Hook.

Для порівняння проаналізовано газету “The Sun” (Британія), яка складається із 14 рубрик, до яких належать: “Home”, “Football”, “Sport”, “TV and Showbiz”, “News”, “Fabulous”, “Money”, “Motors”, “Travel”, “Tech”, “Dear Deidre”, “Puzzles”, “Vouchers”, “Topics A- Z”. У рубриці “Football” подано матеріал під назвою “BIG MATCH LIVE. Wolves vs Man Utd LIVE: Diogo equalises after McTominay rocket at Molineux – latest updates”, у якій йдеться про те, що Манчестер Юнайтед подорожує до Wolves у Прем’єр-лізі сьогодні ввечері (2.04.2019 року). У іншій рубриці під назвою “TV and Showbiz” (2.04.2019 року) подано статтю “TORN APART. Katie Price ‘in pieces’ as Harvey moves into residential care an hour away leaving her ‘all alone’”, у якій мова йде про матір п’ятих дітей, яка вирішила взяти Харві під опіку, оскільки саме вона намагалася доглядати за ним. У рубриці “News” подано новину про те, що Прем’єр-міністр Британії пообіцяла просити Брюссель щодо нового розширення Brexit, але обіцяла, що Британія все одно буде брати участь у виборах в ЄС у травні.

Також у газеті присутня рубрика “Money”, у якій першим матеріалом журналісти подали “HOME TIME. The £120,000 homes first-time buyers can afford WITHOUT putting down a deposit”. У статті мова йде про те, що, у випадку, якщо люди намагаються зберегти депозит, вони можуть розглянути 100-відсоткову іпотеку, також пояснено, що є цією іпотекою. Відзначено, що багато будівельних товариств від “Бат” до “Ковентрі” до “Марсден” та інші також пропонують різні 100% іпотеки.

У рубрика “Tech” у матеріалі повідомлено, що професійні гольфісти мають середню швидкість гойдання в 100 миль на годину. Під рубрикою “Travel” подано матеріал під назвою “NO TIME TO CHILL. Terrified tourists scramble for safety after a glacier collapses in front of them, triggering a huge tsunami-like wave”, у якому розповідається про те, група туристів у відпустці в Ісландії були змушені боротися за безпеку після того, як обвал льодовика спровокував величезну хвилю, схожу на цунамі.

Щодо рубрики “Motors”, то під нею опубліковано статтю під назвою “UGLY DUCKLINGS. The ugliest cars made in the last 50 years – the models you wouldn’t want to take to a first date”, у якій коротко відзначено про автомобілі, які, можливо, були модними в свій час, але наразі трохи застарілі, хоча не повністю. Далі подано фотографії й короткий опис авто. Рубрика “Puzzles” містить кросворди.

Отже, проаналізувавши дві вищезазначені газети, можна зробити висновок, що газета “The New York Times” обрала рубрики, які є дуже актуальними, адже серед них: “Світ”, “Політика”, “Бізнес”, “Думка”, “Техніка”, “Наука”, “Здоров’я”, “Спорт” тощо. Матеріали, які подають журналісти цієї газети написані і підготовані на професійному рівні. У статтях проаналізовано лише найважливішу інформацію. Наприклад, 30 березня 2019 року у рубриці “World” подано статтю під назвою “Ukrainians Vote, in Europe’s Only Country at War”, у якій йде мова про вибори в Україні, і те, що це єдина країна Європи, у якій війна, відзначено, що Україна планує провести вибори в неділю, 31 березня, що стане першим істинно оскаржуваним вибором президента, оскільки п’ять років тому вуличні протести переросли в революцію, яка скинула зневажливого російського лідера. Також подано матеріал про те, що наказ Трампа відкрити арктичні води до буріння нафти є незаконний, це стверджує федеральний суддя.

Натомість, газета “The Sun” надає перевагу менш важливим рубрикам та матеріалам. Серед рубрик газети: “Дім”, “Футбол”, “Спорт”, “Новини”, “Гроші”, “Мотори”, “Подорожі”, “Пазли”, “Техніка” тощо. Багато рубрик не містять різноманітної та важливої інформації, адже рубрики “Спорт” і “Футбол” схожі, їх можна було об’єднати в одну, і під спортом подати новини про футбол. Щодо специфіки подання інформації, то журналісти дуже коротко пишуть, подають мало інформації, приховуючи це великою кількістю фотографій. У рубриці “Гроші” розміщено матеріали, схожі на поради щодо придбання будинків, а рубрики “Техніка” і “Мотори” також могли би бути об’єднані в одну.

Можна зробити висновок, що “The New York Times” детально і чітко подає матеріали на актуальні теми, балансує інформацію з фото, не повторює рубрик, а газета “The Sun” дуже коротко подає матеріали, повторюючи певні рубрики двічі, подаючи багато фотографій, не всебічно висвітлює інформацію, подаючи лише певні рубрики, на свій смак, незважаючи на побажання аудиторії, адже здебільшого, статті у цій газеті присвячені моторам, техніці, грошам тощо.

## Література

1. Партико З.В. Рубрикаційні норми редагування повідомлень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=337>.

2. Шевченко В. Е. Система рубрикації газети – основа її архітектонічної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1188>.

3. Шевченко В. Е. Заголовний комплекс сучасної молодіжної газети – важливий засіб її змістового спрямування // *Стиль і текст*. – К.: Інститут журналістики, 2001. – Вип. 2. – с. 197 – 207.

**Ірина Табінська,**

аспірантка факультету журналістики  
Львівського національного університету  
імені Івана Франка

**Христина Дацишин,**

доцент кафедри мови ЗМІ  
Львівського національного університету  
імені Івана Франка

## **ДІАЛОГИ «АВТОР-ЧИТАЧ» ТА «ЧИТАЧ-ЧИТАЧ» У СУЧАСНОМУ МЕДІАТЕКСТІ**

Форма діалогу «автор-читач» є актуальною для вивчення у літературознавстві та журналістикознавстві, чимало дослідників висвітлюють вищезазначену тему у своїх наукових розвідках. Кожен такий діалог є оригінальним і самодостатнім, тому тема не втрачає своєї актуальності. Можемо припускати, що діалог «автор-читач» відбувається не тільки тоді, коли читач позитивно відгукується на текст автора, але й у випадку, коли читач несхвально чи критично реагує на авторський текст.

Відповідно виділяємо два типи читача:

1. **читач-критик**, який не поділяє думки автора, заперечує факти, наводить свої аргументи.

2. **читач-однодумець**, який мислить унісонно з автором, схвалює і поділяє його позиції.

У трактуванні діалогу ми виходимо з тої засади, що він передбачає участь двох чи більшої кількості осіб, які почергово виконують ролі комунікатора та реципієнта. Однак у друкованих засобах масової інформації такої черговості досягнути або взагалі неможливо, або ж вона досить розтягнута в часі; у багатьох випадках роль автора як комунікатора завершується з публікацією тексту, а читач у ролі реципієнта