

6. *Нагорняк М.* Заголовок новини: як зробити його ефективним (на матеріалах інформаційних передач першої програми Національної радіокомпанії України) / Нагорняк М. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/nagornyak/nagornyak_publ_2.php.

7. *Потятиник Б. В.* Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Б. В. Потятиник. — Л. : ПАІС, 2010. — 244 с.

Дедушкіна А. В. К проблеме эффективности заголовков новостей в интернет-СМИ.

В статье сделана попытка упорядочить по эффективности признаки заглавий новостей в Интернет-СМИ, которые побуждают читателей обратиться к полному тексту материала.

Ключевые слова: Интернет-СМИ, новости, заголовок, сайт, журналистика.

Dedushkina A. To the problem of news titles effectiveness in sphere of internet mass media

An attempt was made to arrange by effectiveness the attributes of Internet news titles that invite readers to see the whole text of material.

Keywords: Internet mass media, news, title, website, journalism.

УДК 054 : 047.1

Думанецька В. А.,

*студентка IV курсу Видавничо-поліграфічного інституту
Національного технічного університету України «КПІ»*

СПЕЦИФІКА ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ ЗАХІДНОГО ТА СХІДНОГО РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

У статті аналізується специфіка періодичних видань України та їх трансформації під впливом потреб часу та ситуації у країні. Дослідження проводиться на прикладі газет Західного та Східного регіонів за травень 2014 року. Моніторинг підтверджує думку про неоднозначність впливу ЗМІ на суспільну думку.

Ключові слова: ЗМІ, онлайн-видання, періодика Західного регіону, Періодика Східного регіону, норми журналістської етики, функції ЗМІ.

Постановка проблеми. Успішний розвиток України неможливий без формування міцного та дієвого громадянського суспільства, яке забезпечує внесок у вдосконалення організації суспільного життя, створює умови для формування альтернативних політичних еліт та їх конкуренції на основі професійних та моральних якостей, сприяє ініціативі громадян, відповідальності

та прозорості влади. Найлегший спосіб створити таке дієве суспільство — це підключити роботу засобів масової інформації, так званої «четвертої влади», які можуть за допомогою різноманітних технік пропаганди створювати ілюзію реальності та направляти суспільну думку в потрібному напрямі.

Історичні події становлення української незалежності на Євромайдані (2013–2014 рр.) започаткували процес становлення незалежності у свідомості самих українців: «Київський Євромайдан для мільйонів українців став символом відродження української нації» — прокоментувала журналістка «Радіо Свобода» Костюк Богдана (Суспільство Євромайдан став символом відродження української нації — експерти 30.12.2013) [11].

За результатами дослідження компанії Research & Branding Group, опублікованими у тижневику «Фокус», не всі українці підтримували Майдан. Так з 2079 опитаних 45 % осіб не схвалюють проєвропейські демонстрації. Опитування проводилось у всіх областях України та АРК. Найбільшу підтримку Євромайдан має на Заході (84 %) та Центральній Україні (66 %), на Півдні підтримують революцію 33 %, а на Сході — 13 % [19].

Схоже дослідження проводив Центр Разумкова, за даними якого, серед 2010 опитаних респондентів усіх регіонів України, на Заході підтримало Майдан — 80 %, а проти — 7 %, в Центрі, відповідно, — 63 % та 28 %, на Півдні — 20 % проти 71 %, а на Сході — 30 % і 65 % [8].

Співвіднесення показників двох різних центрів показує, що на Заході України суспільство, зважаючи на свою ментальну віддаленість від країн Митного Союзу, підтримало боротьбу за вхід до Європейського Союзу, вбачаючи в цьому позитивні перспективи виходу на вищий рівень цивілізації через введення євростандартів та інших благ Європи. На Сході України протилежна ситуація, на Півдні суспільство не підтримувало Майдан через загрозливу перспективу втрати напливу туристів під час відкриття кордонів Європи, де високий рівень обслуговування і стандартів. Центральна Україна, як місце зіткнення двох протилежних впливів, втримує нейтралітет.

На погляди та бачення людей усіх регіонів України мали вплив певні чинники (історичні, світоглядні) основне місце серед яких займають ЗМІ у вигляді теле-, радіомовлення, друкованої періодики чи інформаційні служби мережі інтернет.

З переліку заголовків статей на сайті Телекритики у рубриці «Моніторинг ЗМІ», починаючи з грудня 2013 року:

- «Як джинсувала місцева преса у листопаді 2013-го» (за 31.12.2013);
- «2013 став найгіршим для свободи слова в Україні за останні 11 років — ІМІ» (за 16.01.2014);
- «Прервите просмотр телевизора, потому что разрушается психика» (за 23.02.2014) [18].

Бачимо, що ЗМІ висвітлювали події «становлення гідності» доволі своєрідно.

Мета. Основним завданням дослідження є аналіз специфіки засобів масової інформації, зокрема періодичних видань Західної та Східної України на тлі подій української революції кінця 2013 року початку 2014 року. Визначення особливостей роботи редакцій над плануванням та розташуванням матеріалів у номері газети; моніторинг порушення журналістської етики; порівняння отриманих результатів.

Актуальність обраної теми полягає у визначенні кількості порушень журналістської етики в пресі конкретних регіонів та окресленні основних рекомендацій поліпшення сприйняття друкованої періодичної преси. Новизна роботи полягає у дослідженні преси різних регіонів, зокрема особливостей планування та викладу матеріалів. Метододослідження: аналіз і синтез. Об'єктом дослідження є друкована періодика суспільно-політичного спрямування Західного та Східного регіонів. Предметом дослідження є газети вище зазначених регіонів за період 8–14 травня 2014 року.

Результати. Журналістика — це соціальний інститут, створений з метою забезпечення всебічного й об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільного життя про соціальну дійсність, що необхідне для оптимального функціонування всіх інших соціальних інститутів і суспільства в цілому як саморегульованої системи. Отже, основною місією журналістики є інформування, та професор Шкляр В. І. розширює це поняття: «журналістика — це конструктор реальності, а не її дзеркало». Шкляр В. І. синтезує поняття «журналістика» та «журналіст», адже саме журналіст, як суб'єкт журналістики, конструює реальність. Журналіст керує інформаційним потоком, що має безпосередній вплив на сприйняття дійсності аудиторії.

Виходячи з реалій української журналістики, важливо пам'ятати, що над журналістом завжди стоїть редактор, який у свою чергу виконує настанови спонсора, котрий має свої зв'язки, бачення та бажання впливу.

Для того щоб не бути залежним від зацікавленого спонсора, деякі друковані видання проходять процес трансформації і переходять з друкованого виду у мережу інтернет, позиціонуючи себе як онлайн-видання: журнал «Контракти» видавничого дому «Галицькі контракти» перейшов у режим онлайн у травні 2014 року; журнал «Взгляд» видавництва «Новый взгляд страны» реорганізував роботу в онлайн-видання. Зважаючи на неспокійну ситуацію в країні, деякі видання припинили роботу: газета «Жизнь» перестала випуск тижневика через публікації статей, які за своїм змістом підпадають під юрисдикцію українських законів про інформацію, про ЗМІ, про сепаратизм і несуть за собою санкції, що передбачають дисциплінарну, адміністративну та кримінальну відповідальність; український «Коммерсант» закрили через

цензурний тиск російського видавничого дому «Коммерсант». Весною 2014 року, під час боротьби за виживання друкованого видання редакторсько-журналістського колектив реорганізувався у нове видання, а саме колектив журналу «Корреспондент» і працівники видань «Коммерсантъ» та «Forbes» створили тижневик «Новое время». Спонується журнал з-за кордону, чеський засновник найбільшої інвестиційної компанії в Україні Томаш Фіал, що за словами головного редактора Віталія Сича «є ознакою особистих та економічних свобод (журналу), шляхом до розвитку та комфортного життя» [17].

Так перевага гідності та самоідентифікації як вільного народу з демократією в основі влади починається з засобів масової інформації, які в свою чергу мають визначити для себе певну позицію та дотримуватися її, наприклад: відкриття свідомості суспільства до реальності, в якій довга історія підпорядкування радянській владі закінчилася, і громадяни незалежної України не пролетаріат, а суспільство, в якому кожен — особистість зі своєю метою, покликанням та думкою.

Професор Москаленко А. З. у навчальному посібнику «Теорія журналістики» зазначає, що «журналістика як вид громадсько-інформаційної діяльності ніколи не мала б своїх оригінальних рис, якби у неї не було своїх функцій». Виходячи з цього він виділяє п'ять функцій: організаторська, виховна, пропагандистська, контрпропагандистська, соціологічна.

Однак, зважаючи на світовий процес глобалізації та формації Української держави на нові реалії незалежної, демократичної, багатопартійної країни, Москаленко А. З. навів альтернативну класифікацію швейцарського професора Роджера Блюма, котрий визначив вісім функцій ЗМІ:

1. *Функція інформування* — завданням ЗМІ є контроль стану середовища та повідомлення людям усіх новин, за допомогою яких вони зможуть зрозуміти навколишній світ. Метою таких новин є навчання, освічення та донесення знань, які нізвідки більше не можна отримати.

2. *Функція артикуляції* — ретрансляція інформації наданої «сильними світу цього» та відображення думок «безсловесних мас». Надання людям можливості висловлення власної думки, повноголосе вираження потреб та настроїв.

3. *Функція соціалізації* — передавання культурних здобутків.

ЗМІ повинні передавати інформацію не тільки про те, що сталося, а й пояснити як це сталося, зіставити факти, поглибити порівняннями з історії, висвітлити причини та показати зв'язки між подіями. Тобто повний аналіз події.

4. *Функція критики та контролю* — нагляд за роботою усіх, хто має владу, через виробництво гласності з передачею інформації. Адже ЗМІ є потужною силою, що має вплив на всі три гілки влади.

5. *Функція кореляції* — взаємодія редакції засобу масової інформації та ядерною аудиторією в процесі погодження різних думок і поглядів. Залежно від характеру ЗМІ ця функція використовується для створення громадської думки.

6. *Функція обслуговування* — привнесення практичної користі аудиторії. ЗМІ має полегшувати буденне життя людей.

7. *Функція розважання* — задоволення потреб у розвагах, відпочинку й розрядці.

8. *Функція реклами* — популяризація товару через ЗМІ. Є основним способом доходу [13].

Перелік функцій професора Роджера Блюма більш повний та відповідає реаліям сучасного стану друкованої періодики. З огляду на те, що для аналізу взято газети суспільно-політичного спрямування, надалі працюватимемо лише з першими п'ятьма функціями, адже аспекти виконання функцій обслуговування, розважання та реклами не входять в коло інтересу преси конкретного спрямування.

Для аналізу взято такі періодичні друковані видання Західного регіону України:

- «Високий замок» (№ 65 за 8-14 травня 2014 року) [5];
- «За лаштунками» (№ 15, за 5 травня 2014 року) [10];
- «Ратуша» (№ 17, за 8-14 травня 2014 року) [15];
- «Львівська газета» (№ 17, за 8 травня 2014 року) [12];
- «Рівне вечірнє» (онлайн варіант друкованого видання, № 32, за 8 травня 2014 року) [16].

Із друкованої періодики Східного регіону обрали було обрано видання:

- «Вечерний Харків» (№ 50, за 8 травня 2014 року) [3];
- «Вісті Придніпров'я» (№ 34, за 8 травня 2014 року) [6];
- «Вечерний Донець» (онлайн варіант друкованого видання за 8 травня 2014) [4];
- «Сьогодні Донбасс» (онлайн варіант друкованого видання за 8 травня 2014 року) [2];
- «Донецкие новости» (онлайн варіант друкованого видання за 8 травня 2014 року) [14].

Функція інформування, що передбачає максимальне окреслення подій в Україні та світі, найкраще виражається у структурі періодичного видання, а саме у рубрикації, адже, виходячи з переліку рубрикацій, можна оцінити повноту поінформованості читача конкретного видання.

У відібраній періодиці Західної України можна виокремити лише одну рубрику, яка повторюється у всіх п'яти виданнях, а саме рубрика про актуальне (про події), яка у газеті «Рівне вечірнє» називається «Сьогодні».

Найповніше інформує читача львівське видання «Високий замок», адже на 16 сторінках видання розміщені 15 рубрик, включені які містять новини про: Україну, актуальне, світові новини, здоров'я, спорт, туризм, тварин, а також цікаві інтерв'ю у рубриці «Корисно знати». Наступною за інформативністю, з огляду на перелік рубрик, є «Львівська газета», в якій на 16 сторінках розміщено 13 рубрик, де окремо виділяються такі: «Львівщина», «Коментарі», «Реклама», «Афіша». Видання «Ратуша» має звичайну рубрикацію, яка на 16 сторінках містить 7 позицій, такі як: «Актуально», «Господарка», «Суспільство», «Політика і економіка», «Спорт», «Культура», «Остання». Рубрикація у видання «За лаштунками» містить на 12 сторінках лише інформацію про: події кримінальні та надзвичайні, історичні факти, політику, полеміку та фоторепортажі. Рубрики газети «Рівне Вечірнє»: «Тема тижня», «Новини», «Актуально», «Коментарі», «Вибори», «Кримінальний огляд», «Спорт», «Культура», «Ідея Week's» та «Людина і суспільство».

Видання Східної України дотримуються функції інформування схоже до видань Західного регіону. Газета «Вечерний Харьков» містить рубрики про здоров'я, поради від «Вечернего Харькова», про спорт, Україну, культуру, окрема рубрика про Крим та Харків, про суспільство, анонс гостя та вибори-2014, тобто стандартний набір, який має містити тижневик друкованого видання. Щодо видання «Вісті Придніпров'я», то в ньому на 24 сторінки 7 рубрик, які тематично перемежуються, а саме про суспільство, здоров'я, відпочинок та оголошення, хоча новини зі сфери політики, економіки, культури та спорту там надруковані, але не виділені в окремі рубрики, що понижує зручність ознайомлення з виданням. Газета «Вечерний Донецьк» відрізняється від тим, що окрім основних рубрик, виділяє новини в рубрики «Феміда», «екологія», «листи» та «наука», що позитивно впливає на зручність газети та інформаційну наповненість. У онлайн-виданнях «Донецкие новости» та «Сегодня Донбасс» рубрики не виділені, та зважаючи на зміст заголовків статей, видно, що у цих видань йде акцентування на новини політичного, економічного, спортивного та суспільного спрямування.

Отже, у виданнях Західної України функцію інформування пропрацьовано більш детально.

Функція артикуляції передбачає надання читачам газети можливості висловлення власної думки через інтерв'ю, розслідування, опитування та читацькі листи. Варто відмітити значну різницю між газетами двох регіонів, адже періодика Західної України містить значну кількість інтерв'ю, читацьких листів та коментарів. Так у щоденній газеті «Високий Замок» вже на другій сторінці розміщена колонка «Коментар». Крім того, коментарі очевидців можна знайти у статтях, зокрема у матеріалі, в якому журналіст допомагає

«...чоловіку, котрий через редакцію хоче розшукати тих, хто врятував йому життя». У газеті «За лаштунками» також вміщено значну кількість коментарів очевидців подій. Публікуються коментарі учасників із різних сторін, тобто йде збалансованість потоку інформації для оптимального сприйняття ситуації. У тижневику «Ратуша» особливістю дотримання функції артикуляції є матеріали журналістів про проблеми місцевості, де проживають люди, тобто журналісти напряму виконують свою основну місію, а саме досліджують та контролюють роботу як діячів влади, так і фінансові та комунальні установи. Так, у рубриці «Актуально» (підрубрика «підкилимно») журналіст у статті «Свято є. А гроші де?», веде розслідування гроші потоку коштів, отриманих від проведення Різдвяного ярмарку. Тобто журналіст «Ратуши» самостійно знаходить питання, які турбують читачів.

У газетах Східного регіону функцію артикуляції ігнорують. Тут вона проявляється в поодиноких коментарях очевидців. У газеті «Вечерний Харьков», є тільки декілька коментарів в статтях рубрики «Здоров'є», єдиний куточок для самовираження читачів це фотобанк газети у рубриці «Общество». Газета «Вечерний Донецк», окрім коментарів, дає можливість запитати у експерта, таким чином, у номері за 13 травня 2014 року опубліковане запитання Пронечкіна Л. М. «Кто разрешит спор с соседом» (спір про забудову приватної ділянки). на яке відповів юрист Дмитро Кузін. Тижневик «Вісті Придніпров'я», окрім коментарів, на останній полосі також надрукувало єдине інтерв'ю з Олегом Зеліковим, котрий розповідає про переваги студій живопису над художніми школами. Варто зазначити, що у газеті «Донецкие новости» коментарі подають надзвичайно рідко, якщо вони й зустрічаються, то такого плану: у статті під заголовком «Граждане объединяются в сообщества национального единства» йдеться про суспільство, яке схвильоване подіями в країні і тому воно об'єднується, щоб зберегти «Єдину країну», все це супроводжується загальними коментарями ««Мы — за Украину», — говорит гражданское общество». Тобто стаття, яка не має ні інформаційного, ні аналітичного навантаження написана, на нашу думку, з метою простір заповнити місце газети.

Отже, Західного регіону періодика працює для аудиторії, вона чує і дає можливість сказати читачам. Газети ж Східного регіону не дають такої можливості своїй аудиторії, що схоже на вплив своєрідної «свободи слова» ЗМІ РФ.

Функція соціалізації передбачає передачу освітніх і культурних здобутків та норм буття, які є загальноприйнятими у суспільстві і соціалізують людину, тобто розширюють світобачення. Проаналізувати повноту дотримання та виконання цієї функції можна на тематичному спектрі, окресленого в редакційній політиці видання, що впливає на повноту виконання функції соціалізації.

Рубрикація у періодиці Західного регіону має широкий спектр тем для висвітлення, а саме: політика, економіка, актуальні новини, події в Україні та за кордоном, культура, спорт і суспільство. Єдина газета «За лаштунками» висвітлює обмежене коло тем: події у політиці, економіці, у сфері криміналу та історія, що цілком виправдовує її специфіку, адже вона є незалежною суспільно-політичною газетою, засновником якої є приватна особа — Боднар Т. І. — котра є і головним редактором. Варто також підкреслити жанрове різноманіття публіцистичного стилю на сторінках періодики Західного регіону, а саме використання таких жанрів, як: стаття, замітка, відкритий лист та карикатури.

У періодиці Східного регіону функції соціалізації у достатній мірі дотримується газета «Вечерний Донець», в якій є рубрики «Екологія» та «Наука», яких в інших аналізованих газетах Заходу і Сходу України немає. У газеті «Вісті Придніпров'я» є рубрика «Будьте здорові!», що висвітлює проблеми фармації, та рубрика «Відпочинь», що містить рецепти приготування різних страв та цікаві факти про «все». В інших виданнях Східного регіону здебільшого тематичний спектр обмежується політикою, економікою та актуальними подіями, а використання жанрів — статтею та заміткою.

Отже, функція соціалізації перегукується з функцією інформування, в періодиці Західного регіону функція соціалізації виконується на більш високому рівні.

Функція критики та контролю і функція кореляції схожі між собою за місцем дотримання в періодиці, тому проаналізуємо їх виконання в газетах разом. Адже вони здебільшого передбачають коментування та оцінювання під час аналітичних досліджень дій влади або реакції суспільства. Зіставляючи інформаційні потоки, окреслені у друкованих ЗМІ двох досліджуваних регіонів, варто зазначити, що в обох є статті з критикою різних представників політики, а також матеріали з висвітленням виступів, домовленостей та рішень можновладців. У газеті «Високий замок» вміщено статтю, в якій йдеться про інтерв'ю, яке Тимошенко дала американському виданню «The Washington Post» та «закликала світових лідерів допомогти українцям зупинити президента-агресора». У газеті «Вісті Придніпров'я» також є стаття про інтерв'ю Тимошенко для «The Washington Post», але тут воно розглядається під іншим кутом зору, а саме увага акцентується на критиці іншого кандидата в Президенти України — Петра Порошенка. Варто зважити на те, що період — середина травня — ми обрали для того, щоб проаналізувати також і етичність та чесність видань обох регіонів. Провівши моніторинг частоти згадування та акцентуації уваги читачів на представниках політики, котрі взяли участь у боротьбі за посаду Президента України, можемо підсумувати, що на шпальтах газет Західного регіону подано статті про Петра Порошенка та Ольгу Богомолець («Львівська газета»), Михайла Добкіна та Сергія Тігіпка («Рівне Вечірнє») — без позначок,

що то агітаційна реклама. У газетах Східного регіону: агітаційні статті про Юлію Тимошенко (дві статті в одному номері), Михайла Добкіна та Сергія Тігіпко у виданні «Вісті Придніпров'я», прихована критика кандидата Петра Порошенка у газеті «Вечерний Донецк». Також вартий уваги той факт, що видання «Вечерний Донецк» та «Донецкие новости» не містять статей з агітацією кандидатів, здебільшого тематика статей пов'язана з можливістю проведення виборів у Східному регіоні та з референдумом про федералізацію Донецької та Луганської областей.

Таким чином, можемо спостерігати м'якість редакційної політики з огляду на публікацію агітаційного матеріалу в періодиці Західного регіону, та обхід теми виборів у газетах Східного.

Висновки. Ми провели моніторингове дослідження і виявили, що значна кількість періодичних друкованих видань в Україні закривається, або переводить робочий режим в мережу інтернет. Причиною такого рішення є проблеми фінансування, а саме залежності від спонсора. На прикладі журналу «Новое время», ми прослідкували, що поштовою до створення цього видання було бажання фінансової незалежності від зацікавлених у висвітленні новин у спеціфічному ракурсі. Ця тенденція відображає процес відродження національного духу українського народу на рівні засобів, що несуть розуміння реалій сьогодення у суспільство.

Наше дослідження первинно базувалося на показниках соціологічних опитувань про ставлення до Євромайдану та революції у різних регіонах України. Найбільше різнилися відповіді жителів Західної та Східної частин України. Нами було проаналізовано особливості роботи редакцій над плануванням та розташуванням матеріалів у номерах газет, які ми взяли для моніторингу, а саме по п'ять номерів з кожного регіону за період 8–14 травня 2014 року. Послугуючись переліком функцій, які мають виконувати засоби масової інформації, за швейцарським професором Роджером Блюммом, проаналізували обрані нами друковані періодичні видання.

Нами визначено такі особливості періодики Західного регіону України:

- високий рівень інформативності видань, що показує скрупульозну роботу головного редактора над розробкою структури видання, яка зрештою надає читачеві можливість побачити більш широку картину подій у різних сферах життя;
- значна кількість рубрик, що полегшує навігацію при пошуку новин конкретної тематики;
- зворотній зв'язок з редакцією газети, що дозволяє читачеві коригувати роботу редакції або через видання звернутися до всієї читацької аудиторії, маючи на увазі можливо когось конкретного;

- співпраця журналістів газет з очевидцями, друк інтерв'ю, коментарі та скарги;
- жанрове різноманіття публіцистичного стилю, яке дає змогу обрати доцільну форму для донесення конкретної інформації;
- робота журналістського колективу на часі інформаційних потреб суспільства та індивідууму зокрема;
- м'яка редакційна політика відносно матеріалів з ухилом до агітаційно-го спрямування.

Також ми визначили такі особливості періодики Східного регіону України:

- достатній рівень рубрикації з акцентуванням на подіях сьогодення та політичних новинах;
- відсутність зворотного зв'язку читача з редакцією та незначне залучення думок та коментарів потенційної аудиторії видань;
- виклад матеріалів здебільшого у вигляді статей та заміток;
- вузький / незначний тематичний спектр періодичних видань, що зосереджує аудиторію на сприйнятті одноманітної інформації;
- редакційна політика періодичних видань за принципом «свободи слова» ЗМІ Федеративної Республіки Росія.

Отже, за рахунок більш відповідального підходу редакційного колективу до норм журналістської етики та сумлінної роботи для суспільства, періодика Західної України також мала вплив на відсоткове співвідношення підтримки революції на Євромайдані. Виходячи з цього, можемо вивести одне загальне правило-рекомендацію для результативної роботи будь-якого періодичного видання: *«Сумлінна праця для блага свого народу, нам'ятаючи, що журналістика конструює реальність, а не віддзеркалює».*

Література:

1. *«Коммерсант»-Україна* закрили через спроби цензури з боку російських видавців : [електронний ресурс] : [електрон. ст.] // Телекритика. Вся правда про медіа : інтернет-видання / засн. : Наталія Лиганова. — 2001 (реєстр.). — Ринок : заголовок голов. меню. — URL: <http://www.telekritika.ua> (21.06.2014).

2. *Архів* матеріалов раздела Донбасс : [електронний ресурс] : [електрон. ст.] // Сегодня.UA : [эл. газета] / осн. : Светлана Панюшкина. — 2012 (реєстр.). — Регионы : Донбасс : заголовок осн. меню. — URL: <http://www.segodnya.ua>. (18.06.2014).

3. *Архів* номеров печатной версии газеты «Вечерний Харьков» : [електронний ресурс] : [список електрон. публ. издания] // Вечерний Харьков / осн. : Татьяна Костенко. — 2004 (регистр.). — Архив : заголовок осн. меню. — URL: <http://www.vecherniy.kharkov.ua> (17.06.2014).

4. *Вечерний Донецк* : [електронний ресурс] : [електрон. газета] / осн. : Леонид Лапа. — 2008 (реєстр.). — Главная : заголовок осн. меню. — URL: <http://www.vecherka.donetsk.ua> (17.06.2014)
5. «*Високий замок*». Щоденна газета / «Високий замок» : тижневик / засновник і видавець : ПрФЕ «Видавничий дім «Високий Замок». — 2014. № 65. — с. 16.
6. *Вісті Придніпров'я* : обласна сусп.-політ. газета : [електронний ресурс] / засн. : Дніпропетр. обл. держ. адміністрація ; Видавець : ТОВ «Видавництво «Вісті». — 2000 (реєстр.). — URL: <http://issuu.com> (18.06.2014).
7. *Газета «Жизнь» в Україні закривається за рішенням видавця Арама Габрелянова* : [електронний ресурс] : [електрон. ст.] // Телекритика. Вся правда про медіа : інтернет-видання / засн. : Наталія Лигачова. — 2001 (реєстр.). — Ринок : заголовок голов. меню. — URL: <http://www.telekritika.ua> (23.06.2014).
8. *Евромайдан* підтримує 50 % українців, Антимайдан — 27 % : [електронний ресурс] : [електрон. ст.] // Українська правда : ел. газета / осн. : Георгій Гонгадзе. — 2000 (реєстр.) — Стаття : заголовок осн. меню. — URL: <http://www.pravda.com.ua> (18.06.2014).
9. *Жемчужникова К.* Новин из... підпілля / К. Жемчужникова // *День* : щоденна всеукраїнська газета / видавець та засновник: ЧАО «УКРАИНСКАЯ ПРЕСС-ГРУППА». — 4–5 липня 2014. № 120–121. — С.17.
10. «*За лаштунками*». Газета / «За лаштунками» : незалежна суспільно-політична газета Галичини / засновник : Боднар Т. Г. — 2014. № 15. — с. 12.
11. *Костюк Б.* Євромайдан став символом відродження української нації — експерти : [електронний ресурс] : [електрон. ст.] / Богдана Костюк // Сайт української служби радіо «Свобода» : інтернет-видання / засн. : Мар'яна Драч. — 2014 (перереєстр.). — Суспільство : заголовок голов. меню. — URL: <http://www.radiosvoboda.org> (18.06.2014).
12. «*Львівська газета*». Тижневик / «Львівська газета» : Читай своє! / видавець : ТЗОВ «Львівська газета Вісник міста». — 2014. № 17. — с. 16.
13. *Москаленко А. З.* Теорія журналістики [Текст] / А. З. Москаленко / Навчальний посібник. — К.: Експрес-об'ява, 2002. — С. 172–173.
14. *Новости* за 08.05.2014 : [електронний ресурс] : [список електрон. публ. издания] // Донецькіє новости / осн. : Римма Филь. — 2012 (реєстр.). — Новости : заголовок осн. меню. — URL: <http://dnews.donetsk.ua> (18.06.2014).
15. «*Ратуша*». Газета / «Ратуша» : Львівська газета / засновник : Львівська міська рада. — 2014. № 17. — с. 16.
16. *Рівне Вечірне* : [електронний ресурс] : [електрон. газета] / засн. : Микола Несенюк. — 2009 (реєстр.). — Новини : заголовок голов. меню. — URL: <http://www.rivnepost.rv.ua/> (18.06.2014).
17. *Сыч В.* Колонка головного редактора / В. Сыч // Новое время : общественно-политический еженедельный журнал / учредитель и издатель : ООО «Издательский дом Медиа-ДК». — 2014. № 1. — С. 4.

18. *Телекритика* : [електронний ресурс] // Телекритика. Вся правда про медіа : інтернет-видання / засн. : Наталія Лигачова. — 2001 (реєстр.). — «Моніторинг ЗМІ» : заголовок голов. меню. — URL: <http://www.telekritika.ua> (21.06.2014).

19. *Фокус*. Євромайдан перевесил / Фокус : соціально-політичний журнал / учредитель и издатель : ООО «ФОКУС МЕДИА». — 2013. № 50. — С. 8.

Annotation. This article analyzes the specifics of periodicals of Ukraine and their transformation influenced by the needs of time and situation in the country. Research was conducted on the exampleS of newspapers in Western and Eastern regions for May 2014. Monitoring supports the view of the ambiguity of media influence on public opinion.

УДК 007:304:070

Порхун І. С.,

*студентка III курсу Видавничо-поліграфічного інституту
Національного технічного університету України «КПІ»*

СУЧАСНА СТРУКТУРА РЕДАКЦІЇ ГАЗЕТИ

У статті проаналізовано та порівняно сучасні структури редакцій українських газет на прикладі щоденних періодичних видань «Вести», «Комсомольская правда в Украине» та щотижневиків «Бизнес», «2000».

Ключові слова: редакція газети, структура редакції, редакційний колектив.

Постановка проблеми. Редакція газети є елементом системи масової інформації і водночас має свою систему, що складається з багатьох елементів. Редакційний колектив має виконувати різноманітні функції, основною з яких є продукування суспільно значимої інформації та донесення її до аудиторії. На основі цих функцій відбувається поділ редакції на структурні підрозділи.

Метою будь-якої редакції є побудова такої структури, аби її підрозділи оптимально розташовувалися один відносно одного в просторі і часі, завдяки чому виконання ними своїх функцій було максимально ефективним: матеріали під час обробки могли без перешкод потрапляти від одного співробітника до іншого у чітко регламентовані терміни.

Формування структури редакції газети відбувалося протягом багатьох років — історія її розвитку тривала більше тисячоліття, адже перша друкована газета з'явилася ще у VIII ст. Найактивнішим періодом формування структур редакцій газет було ХХ ст., особливою рисою якого був перехід від