

УДК 070.43.23.325 (22)

## ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ РУБРИКАЦІЇ У ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ГАЗЕТАХ „ДЕНЬ” ТА „ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ”

*Ільченко О.І.*

За час роботи на інформаційному ринку всеукраїнські газети „День” та „Дзеркало тижня” стали яскравими представниками якісної преси в Україні і мають надзвичайно високі рейтинги в нашій державі і за кордоном. Ці респектабельні періодичні видання відзначаються глибокою аналітичністю, об’єктивною інформацією про політичне, економічне і культурне життя України та світу. Газети неодноразово посідали призові місця на журналістських конкурсах („День” визнавалася „Газетою року”), а журналісти отримували престижні нагороди (Юлія Мостова – „Журналіст року” та багато інших). Успіх цих газет обумовлений їх виваженим підходом до висвітлення складних внутрішньо- та зовнішньополітичних проблем. Вони мають приблизно однаковий стиль: миттєву політичну та економічну аналітику, оперативність якої не позначена негативно на аргументованості, глибокому аналізі. Звичайно, всі ці показники досягаються завдяки надзвичайно професійно підбраному складу талановитих і досвідчених журналістів, висококваліфікованих експертів з багатьох питань. Згадаємо хоча б В. Портнікова, Ю. Мостову, О. Ляшка, С. Кримського та багатьох інших. Та суто журналістські елементи, які впроваджують редакційні колективи газет, також мають неабияке значення.

Видання „День” та „Дзеркало тижня” намагаються привернути увагу читацької аудиторії, всеоб’ємно використовуючи можливості рубрикації. В цих газетах рубрикація є не тільки мистецтвом поліграфічного оформлення, а й засобом систематизації матеріалу. Рубрикація, багатожанровість матеріалів, широкий діапазон тематики обумовлюють чисельність їх заголовків, їх різноманітність, своєрідність. Заголовок фактично виконує власну функцію, зокрема читабельності та ефективності змісту. Спільними для всіх рубрик є, по-перше, лексична виразність, по-друге, логічна чітка структура, по-третє, своєрідна авторська образність. Рубрика і власне заголовки „змальовують” двома-трьома рисами зовнішній вигляд сторінки і в цілому видання. В їх суті і полягає конструктивність впливу на аудиторію. Власне, самий вплив рубрик на підвищення ефективності видання у свій час досліджували В.М. Горохов [1], А.З. Москаленко [6], В.Й. Здоровега [4], В.Ф. Іванов [5] та інші журналістикознавці.

Варто зазначити, що система рубрик допомагає цільовій аудиторії зрозуміти різне і спільне між періодичними виданнями. Як певний вид заголовку, рубрики об’єднують публікації за відповідними питаннями, проблемами, жанрами у конкретні групи. Тим самим вони характеризують особливу своєрідність того чи іншого матеріалу. Зазвичай рубрики в газетах є тимчасові (випадкові), усталені (постійні). Редактор використовує суто творчий підхід у впровадженні рубрик: мають на увазі вищезазначені виразність лексики, образність (метафоричність, афористичність). Також відіграє свою роль і

оформлення рубрик – добірні шрифти і дизайн, це ефективна (скоріше за ефектну) стратегія журналістської редакції.

Для кращого аналізу ефективності системи рубрикації звернемося безпосередньо до газет „День” і „Дзеркало тижня”. Почнемо характеристики з найголовніших рубрик – інформаційних.

**Газета „День”** репрезентує інформаційні рубрики „НВ”, „День України” (підрубрики „точка зору”, „пряма мова”, „парламентська хроніка”, „факт і коментар”, „кадри”), в них подається різноманітна інформація з політичного, культурного, економічного життя.

До інформаційних рубрик віднесемо „День планети” (інформація міжнародного характеру „сусіди”, „коротко/планета”, „Top-Net”, „тенденції”, „проблема”), „Подробиці” („соціальне право”, „аналіз”, „версія”, „думка експерта”), „НВ” („точка зору”, „коментарі”, „продовження теми”). В останніх двох рубриках, крім репрезентації суто інформаційних матеріалів про події, обов’язковими є роз’яснення й коментарі подій фахівцями з політичних і економічних питань, кандидатами і докторами наук. Нерідко в цих матеріалах у дискусійній формі між політиками, журналістами, фахівцями обговорюються проблеми влади і грошей. Підрубрика „Продовження теми” зазвичай – це обговорення конкретної проблеми, яка вже була озвучена на ТБ, радіо чи розпочата в пресі. Ця підрубрика зустрічається одразу в декількох рубриках економічного, політичного, культурного характеру.

Рубрика „Панорама дня” містить колонку головного редактора Лариси Івшиної, підрубрики „тенденції”, „ексклюзив”, „дипломатія”, „прогнози”, „стиль життя”. Серед тимчасових, відповідних до актуалії нашого часу зазначимо підрубрики „Вибори-2006”, „Справа Гонгадзе” та „Турин-2006”.

Серед інформаційно-політичних рубрик **„Дзеркала тижня”** зазначимо рубрику „Влада” (підрубрика „точка зору”, „право”, „в останню хвилину”).

В усіх виданнях обов’язково представлені матеріали економічного характеру.

**„День”** – „Економіка” (підрубрики „транспорт”, „фінанси”, „погляд”, „стратегії”, „ігри та правила”, „енергетика”, „ситуація”, „акції”, „якість життя”, „коротко/новини компанії”).

**„Дзеркало тижня”** – рубрика „Гроші” („банки”, „больова точка”, „економіка світу”, „мікроекономіка і бізнес”, „про головне”, „нефтяний сегмент”, „економіка світу”, „нерухомість”).

Тематичний спектр рубрик всеукраїнських видань доповнюють рубрики на соціальну тематику. Охарактеризуємо їх.

**„День”** – „Суспільство” („гарна новина”, „тема дня”, „коротко/суспільство”, „ситуація”, „стиль життя”, „репортаж”, „досвід”, „закон”, „фотоштрих”, „регіони”, „церкви світу”, „співпраця”, „відпочинок”, „бібліо-ревію”). Саме в цій рубриці, майже виключно в ній, зачіпаються і обговорюються проблеми суспільної моралі та законодавчі питання її захисту, аналізуються закони і рішення в цій сфері із залученням оцінки експертів.

Спробуємо зобразити систему рубрикацій на соціальну тематику в **„Дзеркалі тижня”** схематично. Рисочками означені назви рубрик, а стрілочками – підрубрики.

Історичну колонку **„Дня”** представляють рубрики **„Цей день в історії”** (короткий огляд за датами історичних подій), **„Історія”**, **„продовження теми”** (з етимологічним нахилом). Надзвичайно унікальною є рубрика **„Україна Incognita”**, яка подає цікаві матеріали істориків, археологів про досі невідомі, таємничі факти з історичного буття України, сенсаційні відкриття розкопок і т.д. Своєрідною також є рубрика **„Малі-Великі міста України”**, яка має більш вузьке тематичне спрямування – історії українських містечок, сел, їх значущість в історії. Рубрика **„Світові дискусії”**, **„Історія та я”**, **„Зіткнення цивілізацій”**.

**„Дзеркало тижня”** – вищезазначені **„Архіваріус”**, **„Світ науки”**.

Огляд культурологічних питань – проблем духовності, національної самобутності, культурних надбань – становить неабиякий відсоток серед матеріалів видань.

**„День”** – **„Культура”**, **„Вкладка ТБ”** (**„майстерня”**, **„довідка „дня”**, **„коротко/культура”**, **„історія кохання”**, **„рейтинг дня”**, **„афіша”**, **„поділ”**, **„диссалон”**, **„майстер”**), **„Ложа рецензента”** (зрозуміло, за жанром тут подаються рецензії, огляди), **„Панорама „Дня”** (це новини екологічної тематики, розповіді про виставки, ювілеї, прем'єри, інтерв'ю з діячами культури і мистецтва).

**„Дзеркало тижня”** – **„Культура”**, **„Книжкова лавка”** (новини в сфері книговидавництва в Україні), **„Кіно”**, **„ТБ”**, **„Музика”**, **„Я і ми”**.

Серед рубрик, які покликані освіжати релігійні питання, можна назвати тільки декілька. У **„Дні”** – **„Церкви світу”**, **„Дзеркалі тижня”** – **„Сімейне коло”**. Рубрики, які оповідають про події у світі спорту, по одній-дві на кожне видання: **„День”** – **„Тайм-аут”**, **„Спорт і розваги”**, **„Дзеркало тижня”** – традиційна **„Спорт”**.

Зазначимо розважальні рубрики: відсоток таких у всеукраїнських загальнополітичних виданнях, як і належить, відносно невеликий.

**„День”** – **„День на дивані”**, **„Наприкінці „Дня”** (хоча й тут трапляються інтерв'ю і обговорення проблем).

**„Дзеркало тижня”** – остання сторінка **„Просценіум”**, **„Тенденція”**.

У всіх виданнях обов'язковою є наявність рубрик, які призначені для читачької пошти, спілкування з читачем, адже преса намагається завоювати аудиторію. Це такі рубрики, як **„Пошта „Дня”** (експерти дають теоретичні відповіді і практичні поради читачам – економічні, юридичні тощо) (**„День”**). **„Довідка ДТ”** – у формі відповіді на поставлене запитання (**„Дзеркало тижня”**). Крім багатьох вищезазначених спільностей, в системі рубрикацій існують, зрозуміло, й окремі відмінності специфіки їх тематик. Газета **„День”** вирізняється тим, що в ній немає чіткого розмежування рубрик на політику, економіку, тут більше має значення **„інформаційність матеріалу”** (бізнес, політика, культура). Одна рубрика, приміром **„Подробиці”**, одразу об'єднує кілька тематик. В рубриці **„Суспільство”** подається й інформація міжнародної політики (**„бібліо-ревію”** і **„спортивна „Турин-2006”**). Прес-клуб **„Дня”** розглядає й дискутує одразу на політичні, бізнесові, культурні теми. У **„Дзеркалі тижня”** в цьому плані все чітко окреслено: **„Гроші”**, **„Влада”**, **„Культура”** й міксування тематики майже не спостерігається.

**„День”** характеризується більшою імпровізацією виникнення і розташування рубрик: частіше трапляються поодинокі, випадкові рубрики, тимчасові у відповідності до актуальних реалій часу. Приміром, **„Турин-2006”** (до Олімпіади-2006), **„вибори-2006”** (до виборів). Редакція дозволяє інколи міняти місце розташування окремих рубрик, не дотримуючись певно визначеної усталеності. Трапляється, що назва рубрики тимчасово

перетворюється на підрубрику і навпаки (зокрема, „Актуальне інтерв'ю”). „Дзеркало тижня” в цьому плані справляє враження більше консервативної, стабільної, традиційної. Щодо оформлення рубрик, є свої нюанси. Ми вже згадували ефективність добору шрифтів в рубриках. Кожна газета застосовує власні методи. У „Дзеркалі тижня” назви рубрик „Влада”, „Гроші”, „Людина” добираються жирним чорним шрифтом, а їх тематичні різновиди (сімейне коло, здоров'я, кіно і т.д.) – нежирним, світлим на їх фоні. „День” вдається до іншого ходу: назва рубрики добирається двома шрифтами – меншим і більшим (та частина слова, яка підкреслює суть, ідею, зміст чи експресію). „День” і „Дзеркало тижня” справедливо вважаються кращими зразками якісної преси серед всеукраїнських загальнополітичних видань. Ці газети „совісні”, серйозні, осмислені, із професійними журналістськими колективами. Вони зайняли свої ніші на ринку і, безперечно, завоювали кожна свою читацьку аудиторію, яка є відданою, „вірною” своїй газеті.

Ця преса показує, що журналістські редакції винаходять власні – унікальні, дієві, ефективні засоби висвітлення актуальних питань, забезпечуючи подачу матеріалу за допомогою системи рубрикації, заголовків, кольорової гами і т.д. Ці видання чітко усвідомлюють, що потрібно дбати про підвищення дієвості друкованого слова, виховувати свою аудиторію, особливо молоде покоління, формувати в неї активну громадську позицію і небайдужість до українських реалій і проблем, розширювати світогляд і ерудицію читачів. Публікаціям духовного, виховного характеру в цих газетах приділяються велика увага і значення. Проблеми духовності і моралі не лише констатуються в статистиках (соціологічне опитування „Дня”, „Соцопитування в Internet”) і законах, а й глибоко аналізуються, осмислюються, відшукуються засоби вирішення із залученням фахівців в цій області. Газети „День” і „Дзеркало тижня” не є однобокими або суто діловими. В них охоплюється вся різноманітність суспільно-політичного, економічного і культурного життя чітко окресленого проблематикою. Їх тематичне багатство є об'єктивною потребою конкретної аудиторії.

### Список літератури

1. Горохов В.М. Мастерство журналістського творчества. – М.: Высшая школа, 1989. – 119 с.
2. День. – 2006.
3. Дзеркало тижня. – 2006.
4. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості. – Л.: ЛНУ ім. І. Франка, 2000. – 180 с.
5. Іванов В.Ф. Шляхи підвищення популярності періодичних видань. – К.: ЦВП, 1998. – 40 с.
6. Москаленко А.З. Вступ до журналістики. – К., 1997.

*Поступила до редакції 31.03.2006 р.*