

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ФІЛОЛОГІЇ

**ХІІІ Всеукраїнська
науково-практична конференція**

**ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА
В УКРАЇНІ:
СВІТОВІ ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ**

Суми, 11-12 травня 2017 р.

використовують такі кольори: червоний (трапляється на 4 з 4 сторінок, 100% частота появи); чорний (зустрічається на 4 з 4 сторінок, 100% частота появи); жовтий (трапляється на 2 з 4 сторінок, частота появи – 50%); блакитний (трапляється на 2 з 4 сторінок, частота появи – 50%); сірий (зустрічається на 2 з 4 сторінок, частота появи – 50%) і зелений (трапляється на 1 з 4 сторінок, частота появи – 25%). Варто зазначити, що кольорових сторінок у цьому номері лише чотири, інші вісім мають чорно-біле забарвлення, тому їх до уваги ми не беремо; також ми зупиняємось лише на дизайнерському оформленні газети, а саме – у забарвленні заголовків, рубрик, лідів і самих матеріалів (фотографії не включаємо до цього переліку). Щодо поєднання кольорів, то найчастіше в газеті «День» поєднувались: у назві видання – червоний і чорний; для оформлення лідів використовували поєднання білого і червоного, зеленого і білого; заголовків – блакитного і білого, білого і червоного; рубрик – білого і червоного; текстів матеріалів – сірого і чорного кольорів. Також ми виявили, що дизайнери «Дня» звертають увагу на можливий психоемоційний вплив кольору, тому на шпальтах газети намагаються урівноважити всі групи кольорів і дотриматися нейтралітету; і саме вдале кольорове оформлення полегшує загальне сприйняття інформації, уміщеної в емоційно-насичених матеріалах та матеріалах, у яких висвітлюються гострі проблеми з підвищеною соціальною значущістю; спрямовує погляд на найбільш актуальні матеріали; за допомогою символів і асоціацій допомагає читачеві правильно проаналізувати й оцінити написане; створює зручну навігацію по виданню.

Список літератури

1. Evans R. M. The Perception of Color / R. M. Evans. – New York: Wiley, 1974. – 173 с.
2. Базыма Б. А. Цвет и психика: монографія / Б. А. Базыма. – Харьков: Речь, 2001. – 100 с., Режим доступу до ресурсу: <http://day.kyiv.ua/uk/article/nota-bene/sindikat-yakost>
3. Лаптева И. В. Использование цвета в периодических изданиях / И. В. Лаптева // КомпьютерАрт. – 2001. – №9. – С. 28.
4. Никулова Г. А. Цветовое оформления учебных материалов и его влияние на восприятие информации / Г. А. Никулова // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Информационные компьютерные технологии в образовании. – 2006. – №2. – С. 84.
5. Психология текста: шрифт, цвет, форматирование [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://lpgenerator.ru/blog/2014/01/10/psihologiya-teksta-shrift-cvet-formatirovanie/>.
6. Синдикат якості // «День». – 2002. – № 230
7. Шуванов В. И. Психология рекламы / В. И. Шуванов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. – 320 с.
8. Газета «День» №72 за 25.04.2017 р.

КОМПОЗИЦІЙНА СТРУКТУРА ЖУРНАЛУ «NATIONAL GEOGRAPHIC УКРАЇНА»: ВІДПОВІДНІСТЬ ІСНУЮЧИМ НОРМАМ

Надія Подоляка,

канд. н. із соц. ком., ст. викладач, СумДУ

Марія Дубініна,

студентка 2 курсу СумДУ, МДМ-51

У статті з'ясовуються особливості системи рубрикації у науково-популярному журналі «National Geographic. Україна». Досліджуються переваги та недоліки, прийоми та засоби рубрикації. Аналізуються особливості видання та їх вплив на графічне, композиційне та смислове виконання рубрик.

Ключові слова: рубрикація, рубрика, заголовок, композиція.

COMPOSITE STRUCTURES JOURNAL «NATIONAL GEOGRAPHIC UKRAINE»: COMPLIANCE WITH EXISTING NORMS

Nadiya Podolyaka,

PhD of social. com., p. teacher of Sumy State University

Mariya Dubinina,

2 rd year student, МДМ-51, Sumy State University

This article presents aspects of editorial classification systems of «National Geographic. Ukraine» popular science journal. Benefits and drawbacks, methods and tools of editorial classification are explored here. Author analyzes edition features, their influence on visual, compositional and semantic composition of sections.

Key words: editorial classification, section, heading, composition (contexture).

Сучасний видавничий ринок України насичений журнальними виданнями різноманітної тематики. Попри це, частка вітчизняних журналів залишається малою. Особливо це стосується ніші науково-популярних видань. Суттєвою подією став вихід україномовної версії міжнародного журналу, офіційного видання Національного географічного товариства США «National Geographic» у квітні 2013 року.

Перше число журналу вийшло друком у жовтні 1888 року. Нині «National Geographic» виходить 12 разів на рік. Часопис містить публікації з географії, природознавства, історії, науки, культури тощо. Журнал видається в багатьох країнах, десятками мов. Перший його наклад становив лише 217 примірників, та вже станом на березень 2013 року журнал має 38 мовно-регіональних версій а загальний тираж сягає 8 млн. примірників. За статистикою, кожного місяця його переглядає 360 мільйонів користувачів [11].

Часопис є новинкою на видавничому ринку України. У всесвітній мережі видань посідає місце серед таких, що користуються великою популярністю і зарекомендували себе в світі як якісні науково-популярні видання. Так, Кріс Джонс, головний редактор «National Geographic», у зверненні до читачів (№ 1, 2013 рік.) зазначав: «Журнал із жовтою рамкою, який є офіційним виданням Товариства, зараз читають більш ніж 60 мільйонів людей 38 мовами в кожній країні світу».

Важливість виходу україномовної версії журналу підкреслила і головний редактор «National Geographic Україна» Ольга Вальчишен у вступній статті цього ж часопису (№ 1, 2013 рік): «Цей журнал був давно потрібен українцям, адже останнім часом ми занадто зациклилися на внутрішніх проблемах і суперечках. «National Geographic» дає нам змогу відчутти себе у глобальному контексті і зрозуміти, які питання стоять на порядку денному не окремих країн, а всієї планети Земля».

З огляду на широку тематику, представлену в матеріалах, важливо прослідкувати, чи дійсно існуюча система рубрикації виконує свої функції: полегшує пошук інформації читачем, систематизує, узагальнює її і т. д. У цьому і полягає актуальність дослідження.

Питання рубрикації тексту розглядалося науковцями у різних аспектах. Так, аналізу композиційної будови приділяли увагу дослідники Сізова К., Алексеєнко Н., Бутко Л. [6]. Загальне визначення рубрикації, класифікацію її елементів, вимоги до них знаходимо у працях Мільчина А. [2], Сікорського Н. [7], Капелюшного А. [1], Порпуліт О. [5], Партико З. [4], Тимошика М. [8].

Мета статті – проаналізувати систему рубрикації видання «National Geographic Україна», виявити її недоліки та переваги, з'ясувати відповідність існуючим нормам.

Завдання публікації полягають в тому, щоб:

- проаналізувати існуючу систему рубрикації;
- дослідити заголовкові комплекси у виданні;
- охарактеризувати додаткові тексти, що використовуються поруч з основним;
- зазначити використані композиційні прийоми;
- виявити переваги і недоліки окремих елементів системи рубрикації.

Об'єктом наукової роботи є числа науково-популярного журналу «National Geographic Україна» за квітень 2013 – жовтень 2014 року.

Предметом виступають як окремі рубрики, так і їх системи у виданні «National Geographic Україна».

Головною функцією науково-популярного видання є популяризація наукових знань. Таке видання призначене для поширення відомостей про теоретичні та експериментальні дослідження, слугує пропаганді науки серед широкого кола читачів, які не є фахівцями у певній сфері наукових знань. Тож завдання редактора – подати матеріал, що входить до науково-популярного часопису у найдоступнішій формі. І це стосується не лише змісту, а й форми.

Чітка організація матеріалу надзвичайно важлива за умов великої кількості непов'язаних між собою матеріалів різної тематики, що є змістовим наповненням науково-популярного часопису. Так система рубрикації, наявність врізів, заголовків, організує читання, попереджає читача про зміни в тексті, початок нової думки, примушує його зробити паузу для розуміння прочитаного, допомагає відшукати новий матеріал або його фрагмент [9]. Окрім цього, композиційні рішення, застосовані до системи рубрикації, створюють «обличчя» видання, роблять його впізнаваним серед великої кількості подібних видань. Це – своєрідний виразник стилю журналу.

Значення рубрик – багатоманітне. Рубрики організують, направляють читання. Попереджуючи, про що піде мова далі, вони підготовлюють читача до сприйняття тексту. Перериваючи текст, вони змушують читача задуматися над текстом, проаналізувати матеріал.

Рубрикація – це поділ тексту на елементи, які графічно відокремлюються одне від одного [9]. Рубрика узагальнює або ж конкретизує тематику матеріалу у часописі.

Кількість рубрик залежить від виду видання. Так, часте застосування рубрик є бажаним для навчальних та науково-популярних видань, тому що текст їх призначений не лише для вивчення, але й для запам'ятовування. Тож чим складнішим є текст, тим більш детальними, деталізованими є рубрики як опорні точки первинного сприйняття тексту. У той же час, при поділі тексту видання на занадто маленькі структурні частини може бути втрачена цілісність порції матеріалу, що призначений для вивчення та запам'ятовування. При відсутності такої цілісності зрозуміти текст набагато важче. Загалом, чим текст складніший, тим бажанішими є розділи меншого об'єму [3].

Рубрики можна класифікувати за періодичністю (постійні, тимчасові, одноразові), графічним оформленням та композиційним виконанням.

Журнал «National Geographic Україна» у період з квітня 2013 до жовтня 2014 року містив такі рубрики: «Від редактора»; «Листи»; «Погляд»; «Твій кадр»; «На часі»; «Нова доба відкриттів»; «Історія»; «Інструкція з виживання»; «За лаштунками»; «Спогад»; «Архів»; «Фотожурнал»; «Промо»; «Найкраще з архіву»; «Від українського редактора».

Для того, щоб тематична рубрика зіграла ту головну орієнтаційну роль, необхідно, щоб вона була точною. Ще одна вимога – відповідність її форми меті читання. Поруч з такими принципами, як ясність, грамотність, тематичні рубрики мають бути максимально короткими та виразними. Ці якості допомагають збільшити силу впливу тематичної рубрики на читача і полегшити запам'ятовування. А чим цей вплив більший, тим вагоміша її роль у розумінні тексту.

Щодо періодичності, то в журналі «National Geographic Україна» постійними є всі, окрім «Фотожурнал» (тимчасова), «Промо» (тимчасова), «Найкраще з архіву» (одноразова), «Архів» (одноразова), «Від українського редактора» (одноразова).

Тимчасові рубрики вводяться редакторами з певних причин. Так, «Промо» – це позначення рекламного матеріалу. Ця рубрика має місце у вересневому та серпневому числах (2013 рік) і позначає рекламні матеріали. Хоча, важливо зазначити, що подібні матеріали не завжди позначено рубрикою «Промо». Так, часто подібні рекламні статті, подаються без зазначення рубрики. Це – порушення принципу уніфікації подачі матеріалу в рамках одного видання.

Причини введення нової тимчасової рубрики «Фотожурнал» за існування її постійного аналогу «Твій кадр» невідомі. Пояснити доцільність розміщення окремих фотографій не в постійну рубрику «Твій кадр», а в нову (липень 2013 р., червень 2014 р.) – не видається можливим.

Говорячи про одноразові рубрики, слід виявити причини їх застосування. Рубрики «Найкраще з архіву» та «Архів», попри схожість назв, мають відмінні риси. Обидві рубрики – це матеріали, взяті з архіву видання, але власне «Архів» містить матеріали, присвячені Україні. Доцільність існування цих рубрик виявляється у специфіці матеріалу.

Цікавою видається одноразова рубрика «Від українського редактора». Її поява в журналі обумовлена суспільною важливістю і є реакцією на події в державі. Не дарма знаходимо цю рубрику в номері за лютий 2014 року, під час апогею революційного руху в Україні. Так, головний редактор «National Geographic Україна» Ольга Вальчишен висловлює позицію видання щодо ситуації. По суті, матеріал, розміщений під рубрикою «Від українського редактора» – це вияв редакційної політики.

Варто зазначити, що під рубриками розміщуються лише невеликі матеріали на одну-дві сторінки (якщо фотоматеріал – до трьох розворотів). Основні статті, які є «кістяком» видання, подаються без зазначення рубрики. Зважаючи на різну тематику, різножанровість та спрямованість, безсумнівно, наявність рубрикації полегшила б пошук та сприйняття читачем матеріалу. Вважаємо це за недолік.

Говорячи про рубрикацію стосовно графічного оформлення та композиційного виконання, слід зазначити, що рубрики витримані у загальному стилі видання і мають постійний зовнішній вигляд. Так, назва рубрики розміщується у лівому верхньому куті сторінки. Шрифт – постійний, колір – білий або чорний, залежно від кольору фону. Внизу – жовте підкреслення, що є логічним продовженням емблеми видання: жовтої рамки, яка розміщується на обкладинці журналу і забезпечує тим самим його впізнаваність.

Іншим важливим елементом у системі рубрикації є заголовкові комплекси. У журналі «National Geographic Україна» вони включають в себе власне заголовки, прізвища авторів матеріалу та лід.

Заголовок – це назва твору або окремих його частин. Його першочергове завдання, з одного боку, – інформувати читача, про що піде мова у матеріалі. З іншого боку – інтригувати, зацікавлювати, спонукаючи до подальшого читання. Окрім цього, заголовки виконують систематизуючу функцію: відокремлюють матеріали один від одного. У свою чергу – це організовує, полегшує роботу читача з виданням, забезпечує зручність у пошуку вибіркової інформації [10].

Лід – короткий виклад журналістського матеріалу, що розміщується після заголовку й перед основним текстом. Лід анонсує статтю, коротко розкриваючи її тематику та зміст. По суті, має дві функції: інформувати щодо змісту матеріалу та мотивувати читача до прочитання [10].

У виданні «National Geographic Україна» є матеріали, що містять лише заголовки. Це – короткі замітки, що виходять під постійними рубриками. Їхньою особливістю є графічне розташування: заголовки розміщуються за принципом напіввідкритої верстки, тобто не над усім текстом, а ліворуч стосовно текстового матеріалу.

Щодо заголовків до статей великого обсягу, то вони розташовуються на шмуцтитулі, фоном їх є яскраве фотографічне зображення, котре ілюструє матеріал. Колір і шрифт заголовків не є постійними, але завжди читабельними. Одразу під заголовком розміщується лід.

На наступних розворотах, зазвичай, розміщуються фотографічні матеріали, що містять короткі підписи. Перед початком текстового матеріалу – прізвища авторів і короткий лід, виділений за допомогою накреслення, розміру шрифту або кольором.

Такий підхід до оформлення заголовкових комплексів великих за обсягом текстових матеріалів зумовлений значною кількістю фотографій. Як уже зазначалося, «National Geographic Україна» є журналом, що не шкодує місця для якісних фотоматеріалів. Кожна стаття підкріплюється 5-7 розворотами з фотографіями, що ілюструють матеріал. Зважаючи на це, заголовок на шмуцтитулі з фотографією чітко відділяє один матеріал від іншого, чітко виконуючи свою систематизуючу функцію.

Увесь текстовий матеріал у виданні поділяється на основний, додатковий та довідково-допоміжний [3]. Призначення додаткового тексту – пояснити, доповнити основний матеріал, зробити його більш наочним, але при цьому не заважати сприйняттю основного змісту. Серед додаткового та довідково-допоміжного у журналі «National Geographic Україна» представлені цитати, коментарі, примітки.

Цитати використовуються для привернення уваги читача у статтях великого обсягу. Вони є витягами з матеріалу і повторюються на сторінці, розміщуючись у будь-якій частині сторінки. За допомогою кольору, розміру шрифту та його накреслення, цитати виділяються серед основного тексту. Вони є акцентами, на які, на думку автора чи редактора, читач має звернути увагу. По суті, це провідна думка, проблема чи ідея всього матеріалу.

Коментарі використовуються для підпису фотографій. Оскільки ім'я автора фотоматеріалів розташовується поруч з іменем автора текстового матеріалу, підписи до зображень – це пояснення до зображення (уточнення, цікавий факт, роз'яснення, яке допомагає краще зрозуміти суть фотографії). Коментарі друкуються дрібним шрифтом і розміщуються таким чином, щоб не заважати читачу цілісно сприйняти фотоматеріал.

Щодо приміток, то до їх використання вдаються у матеріалах великого обсягу. Примітками виступають короткі відомості про авторів тієї чи іншої статті. При чому, це – 2-3 короткі речення, що характеризують рід діяльності авторів або інформують про матеріали, розміщені у попередніх номерах «National Geographic Україна» тих же авторів.

Оформлення та розташування додаткових текстів не є постійним і залежить від композиції сторінки або розвороту, якщо мова йде про фотографію, що повністю займає його.

Міжнародний науково-популярний журнал «National Geographic Україна», що почав виходити українською мовою у квітні 2013 року, є унікальним явищем на видавничому ринку України. Це зумовлено його неабиякою популярністю у ряді прогресивних країн та більш ніж 100-річною історією, за яку видання зарекомендувало себе як провідне у своїй царині.

Для науково-популярного видання надзвичайно важливою є система рубрикації, оскільки вона допомагає читачеві зорієнтуватися в інформації та полегшити її сприйняття.

Досліджуючи видання, ми проаналізували систему рубрикації «National Geographic Україна», а також виявили її недоліки та переваги.

Отже, ми визначили постійні та періодичні рубрики журналу, зазначивши, що аналогічні рекламні матеріали не завжди потрапляють у рубрику «Промо», що порушує принцип уніфікації. Причини, з яких деякі статті не позначаються як «Промо», не встановлені. Окрім цього, недоцільним вважаємо існування тимчасової рубрики «Фотожурнал» поряд з постійним її аналогом «Твій кадр». Недоліком вважаємо і те, що великі за обсягом матеріали взагалі не мають рубрик.

Позитивною є практика використання одноразових рубрик «Найкраще з архіву», «Архів», «Від українського редактора». Так, їх застосування пояснюється специфікою

матеріалів, що різко відрізняються від звичних журналу, а в останньому випадку – необхідністю існування матеріалу, що є виразником редакторської політики під час певних соціально-політичних змін у державі.

Щодо графічного оформлення та композиційного виконання, то рубрики витримані у загальному стилі видання і мають постійний зовнішній вигляд, забезпечуючи впізнаваність.

Заголовкові комплекси у виданні «National Geographic Україна» є різними: короткі замітки містять лише заголовки, що логічно пояснюється їхнім обсягом. Статті ж великого обсягу містять складну заголовкові комплекси з однаковим підходом до оформлення: заголовки розташовуються на шмуцтитулі з фотографією, що пояснюється високою частою зображувального матеріалу в журналі. На сторінці, де розпочинається основний текст статті, розміщується лід та додаткові тексти, представлені коментарями, примітками та цитатами.

Загалом, система рубрикації видання «National Geographic Україна» побудована відповідно до особливостей журналу: високої частки фотографічних матеріалів, наявності великих та малих за обсягом матеріалів, їх тематичної різноманітності. З огляду на недовготривалість випуску журналу, вважаємо, що недоліки можуть бути виправлені у будь-який час. З іншого боку, видання є частиною всесвітньої мережі видань і відповідно до загального принципу рубрикації, зазнає змін лише тоді, коли і видання, що виходять іншими мовами.

Список літератури

1. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації / А. О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2005. – 304 с.
2. Мильчин А. Э. Методика редактирования текста / А. Э. Мильчин. – М.: Логос, 2005. – 524с.
3. Минакова Н. А. Общее языкознание / Н. А. Минакова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://genling.ru/books/item/f00/s00/z0000026/st048.shtml>. // – Дата звернення 23.09.2014. – Назва з екрана.
4. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи / З. В. Партико. – Львів : Афіша, 2006. – 416 с.
5. Порпуліт О. О. Редакторський практикум / О. О. Порпуліт. – Одеса : ОНУ ім. Мечнікова, 2009. – 236 с.
6. Сізова К. Практикум з редагування / К. Сізова, Н. Алексеєнко, Л. Бутко. – К.: НВЦ «Наша культура і наука», 2007. – 112 с.
7. Сикорский Н. М. Теория и практика редактирования / Н. М. Сикорский. – Москва : МПИ, 1990. – 384 с.
8. Тимошик М. С. Особливості редакторської підготовки окремих складових тексту : заголовки, цитати / М. С. Тимошик // Друкарство. – 2005. – № 2. – С. 42-48.
9. Шевченко В. Е. Система рубрикації газети – основа її архітектонічної організації / В. Е. Шевченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1188>. – Дата звернення 21.09.2014. – Назва з екрана.
10. Шевченко В. Е. Художньо-технічне оформлення видань різних видів / В. Е. Шевченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815>. – Дата звернення 21.09.2014. – Назва з екрана.
11. National Geographic (журнал) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/National_Geographic_\(журнал\)](http://uk.wikipedia.org/wiki/National_Geographic_(журнал)). – Дата звернення 21.09.2014. – Назва з екрана.