

- филологии в Житомир. 21-26 октября 1910 года / В.М.Перетц. – К.: Императорского Университета С. Владимира, 1911. – С. 57-65.
26. Фотинський О. Волинь на XI Археологическом съезде / О. Фотинський // ВЕВ. – 1884. – № 1-2. – 1-26; № 3. – С. 49-116.
27. Халанский М.Г. Экскурсы в область древних рукописей и старопечатных изданий I / М.Г.Халанский // Труды Харьковского предварительного комитета по устройству XII археологического съезда. – Харьков, 1902. – С. 54-60; Он же. Экскурсы в область древних рукописей и старопечатных изданий XIV-XX. Древнерусский переводной труд по физиологии человека и животных, и по гигиене / М.Г.Халанский // Записки имп. Харьковского университета. – Харьков, 1902. – Кн.1. – С. 24-32; Кн. 2. – С. 33-35; Каталог выставки XII Археологического съезда в г. Харькове. Отдел рукописей / под ред. Е. К. Редина. – Харьков, 1902. – С. [II]; Рукописи, принадлежащие библиотеке имп. Харьковского университета / Описал Д.И. Багалея // Каталог выставки XII Археологического съезда в г. Харькове. – Х., 1902. – отд. 7 [разд. 2]. – С. 30-39.
28. Шараневич И. Каталог археолого-библиографической выставки Ставропигийского института в Львове / И.Шараневич. – Львов, 1888; Він же. Каталог археологическо-артистических предметов, церковно-славянских рукописей и старопечатных книг / И.Шараневич. – Львов, 1890; Головацкий Я. Несколько слов о Библии Скорины и о рукописной русской Библии из XVI столетия, обретающихся в библиотеке монастыря св. Онуфрия во Львове / Я.Головацкий. – Львов, 1863.
29. Міщук С.М. Формування науково-практичних засад опису рукописних книг та стародруків у науковій діяльності В.М. Перетца в Україні / С.М. Міщук // Бібліотечний вісник. – К., 2007. – №4. – С.23-36.
30. Тарновский В. (Предисловие) // Каталог украинских древностей коллекции В.В.Тарновского. – К, 1898. – 86 с.; Грінченко Б. Каталог музея украинских древностей В. В. Тарновского / Б.Грінченко. – Т. 2. – Чернигов, 1900.
31. Описи коллекций, собранных в начале и середине XIX в. помещиком с. Мандрова (сл. Мантурово), Тимского уезда, Курской губ. Егором Ивановичем Томилиным // Труды Харьковского предварительного комитета по устройству XII археологического съезда. – Харьков, 1902. – С. 122-127.

УДК 071.1 (477.86)

ПРО ДЕЯКІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОЇ ПЕРІОДИКИ (на матеріалі газети "Західний кур'єр")

Л.Ю.Бурківська

У статті запропоновано деякі аспекти дослідження сучасної періодики. Вперше проаналізовано газету "Західний кур'єр", зокрема описано історію її розвитку, охарактеризовано періодичне видання за головними засадами типології ЗМІ, висвітлено типи інформації за предметом зображення.

Підкреслено можливість використання соціологічних методів збору інформації для аналізу друкованого періодичного видання, з'ясовано значення газетних матеріалів для поглиблення знань і виховання документознавців.

Ключові слова: газета, конкретне соціологічне дослідження, періодичне друковане видання, типи соціальної інформації, типологія ЗМІ.

New aspects of research into modern periodicals are suggested. For the first time, the newspaper "Zakhidnyj Kur'jer" is analyzed, with special focus on its history. The newspaper is characterized as a constituent part of mass media system. Different types of information with view to the type of presented objects are highlighted.

It is proven that sociological methods can be applied to information retrieval while analyzing printed periodicals. The importance of newspaper materials for effective records managers' education is proven.

Початок ХХІ ст. проходить під знаком революційних змін у всіх сферах людської життєдіяльності. В цей період засоби масової інформації (далі – ЗМІ) є невід'ємною складовою демократичного світобачення, а їхня роль у процесі становлення демократичних перетворень є надзвичайно важливою. За ступенем впливу на процеси формування й реалізації державної політики ЗМІ навряд чи можна порівняти з будь-яким видом діяльності. Широке просвітництво, збудження громадської думки, виховання найкращих моральних якостей, залучення кожного громадянина до процесів розбудови молодого держави, формування демократичного суспільства за високими світовими стандартами повинні становити змістову частину українських ЗМІ.

Медіа, які є одним із засобів передачі інформації, можуть і повинні відігравати важливу роль у процесі комунікації між громадянським суспільством і правовою державою. Якщо ж говорити про ЗМІ в Україні, то своєрідність їхнього стану зумовлена історичними, політичними та економічними чинниками. Нормальному функціонуванню мас-медіа досі заважає низька ефективність економіки, що обмежує можливості для підтримки їх з державного бюджету; фактично майже зрослися політичне та журналістське поля через економічну залежність ЗМІ від політико-фінансових груп, які діють у країні; у скрутному становищі перебуває журналістсько-інформаційний бізнес.

Українське суспільство ще не виробило своїх традицій як у політичній, так і в інформаційних сферах; має низьку політичну, правову та інформаційну культури.

Вітчизняна журналістська наука, яка перебуває у процесі становлення, має незначні напрацювання щодо вивчення проблем розвитку українських засобів масової інформації у часи незалежності з точки зору відносин журналістики як науки із суміжними суспільними науками, захисту прав та свобод людини та громадянина, взаємодії місцевої влади та громади з місцевою пресою та багато інших. А без всебічного й об'єктивного дослідження сучасного стану місцевої преси не можна відтворити цілісну картину функціонування системи ЗМІ.

Дослідженням історії, теорії та практики журналістики, основних засад журналістської діяльності займалося багато вітчизняних та зарубіжних дослідників. Приміром, В.М.Владимиров вивчав історію української журналістики, опублікував матеріали наукових розвідок багатьох дослідників з історії преси, зокрема на теренах України [1;2]; В.В. Ворошилов висвітлив теоретичні питання журналістики як сфери масово-інформаційної діяльності, функції журналістики [3;4]; В.Й.Здоровега описав теорію й методику журналістської творчості [5]; С.Г. Корконосенко дослідив еволюцію журналістики як соціального інституту, питання свободи преси, типологію ЗМІ [6]; І.М.Лубкович розкрив вплив соціології на суспільну, передусім журналістську діяльність, проаналізував застосування соціологічних методів у журналістській практиці [7]; І.Л.Михайлин описав умови виникнення та національні джерела української журналістики ХІХ ст. (альманахову, москвофільську, народовську й радикальну журналістику), охарактеризував її як галузь суспільно-політичної діяльності [8;9]; А.З.Москаленко дослідив виникнення та розвиток журналістики як соціального інституту, її роль у сучасному суспільстві, результативність журналістської діяльності [10;11; 12]. Періодизацію історії української журналістики (1917-1997 рр.) подає дослідник В.М.Владимиров: 1) "медовий рік" української преси (1917-1918 рр.), 2) зародження партійно-радянської преси України, 3) преса західної України в період між світовими війнами, 4) українська преса Північної Буковини та Закарпаття у міжвоєнний період, 5) преса України у роки Другої світової війни (1939-1945 рр.), 6) західноукраїнська преса часів Другої світової війни, 7) партійно-радянська преса після Другої світової війни, 8) преса періоду незалежності [1, 115].

Серед питань, пов'язаних із сучасною періодикою, ґрунтовного вивчення останнім часом потребують періодичні друковані видання, зокрема газети різних регіонів обслуговування (центральні, регіональні, обласні, міські, районні, міськрайонні, відомчі). Через це особливого значення набуває дослідження

Івано-Франківської обласної газети "Західний кур'єр" за різними параметрами.

Мета статті – проаналізувати газету "Західний кур'єр". Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) описати історію розвитку газети, 2) охарактеризувати періодичне видання за головними засадами типології ЗМІ, 3) покласифікувати інформацію за предметом зображення, 4) описати проведені соціологічне дослідження читачької аудиторії.

Газета "Західний кур'єр" заснована 3 серпня 1990 р. Івано-Франківською міською радою. Спочатку це було чорно-біле видання, яке виходило два рази на тиждень. Початковий тираж газети складав 4000 примірників. Чимало зусиль докладали журналісти, щоб підготувати номер до "виходу у світ", оскільки друк тексту здійснювався за допомогою офсетного набору та верстки. Все змінилося 1992 р., коли

редакція отримала персональні комп'ютери. Це значно полегшило процес видавництва газети, оскільки, завдяки широким можливостям комп'ютерної графіки, журналісти почали експериментувати із логотипом газети, змінюючи його колір, яскравість чи фон.

1998 р. газета почала виходити раз на тиждень на 20 або 16 сторінках, сьогодні її тираж газети становить 10723 примірники.

Спробуємо проаналізувати газету "Західний кур'єр", взявши до уваги класифікації ЗМІ, запропоновані деякими дослідниками. Головні засади типології пропонують В.В.Ворошилов "Теория и практика массовой информации" [4, 98], С.Г.Корконосенко "Основы журналистики" [6, 87], І.Л.Михайлин "Основы журналистики" [9, 62] та інші (див. табл. 1.).

Таблиця 1

Типології ЗМІ

Ознаки	Дослідники		
	В. В. Ворошилов	С. Г. Корконосенко	І. Л. Михайлин
1. За регіоном обслуговування	загальнонаціональні, регіональні, місцеві	транснаціональні, загальнонаціональні, регіональні, місцеві, відомчі	центральні, регіональні, обласні, міські, районні, міськрайонні, відомчі
2. За тематичною чи галузеву спеціалізацією	загальнополітичні, відомчі, корпоративні, професійні	_____	загальноінформаційні, спортивні, ділові, про здоров'я, рекламні, автомобільні, розважальні і т.ін.
3. За видавничими характеристиками	щоденні, щотижневі, щомісячні; формат, обсяг видання	щоденні, щотижневі, щомісячні, щоквартальні; формат, обсяг видання, тираж	щоденні, щомісячні, кварталні, щорічні
4. За типом аудиторії	розважальні, рекламні, комерційні	загальні, спеціальні	жіночі, дитячі, молодіжні студентські і т.ін.
5. За типом засновника	приватна особа, редакція, комерційна чи владна структура, політична партія	державні, партійні, недержавні, груп впливу	_____
6. За легітимністю	_____	легітимні, квазілегітимні, нелегітимні	_____
7. За якістю та масовістю	_____	якісна преса, популярна преса, "жовта преса", розважальна, ділова та безкоштовна	_____

Порівняльний аналіз наведених класифікацій засвідчує, що між ними є багато спільного, але деякі відмінності все ж існують. Найбільш детальну систематизацію подає С.Г.Корконосенко, який серед видавничих характеристик виділяє періодичність (щоденні, щотижневі, щомісячні, щоквартальні), формат (А2, А3, А4), обсяг видання (кількість колонок або друкованих аркушів) та тираж (кількість примірників); тоді як І.Л.Михайлин характеризує друковані ЗМІ лише за періодичністю, а В.В.Ворошилов розмежовує такі властивості, як періодичність виходу й видавничі характеристики (формат та обсяг видання). На відміну від І.Л.Михайлина, В.В.Ворошилов та С.Г.Корконосенко виокремлюють тип засновника, що є особливо актуальним у наш час, оскільки чимало сучасної періодики фінансується з неофіційних джерел. Слід зазначити, що типологія, запропонована С.Г.Корконосенком, містить ще такі риси: легітимність (легітимні, квазілегітимні, нелегітимні); якість і масовість – які відсутні в інших дослідників.

Для характеристики газети "Західний кур'єр" використаємо зведену класифікацію, яка охоплює найважливіші параметри цього видання (див. табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація газети "Західний кур'єр"

Ознаки		Газета
Тип засновника		державна
Видавничі характеристики	періодичність	щотижнева
	формат	А2
	обсяг видання	24 аркуші
	тираж	багатотиражна
Тематична чи галузева спеціалізація		загальноінформаційна
Регіон обслуговування		обласна
Аудиторія		молодь, люди середнього – старшого віку

Аналізувати сучасне періодичне видання можна також за типами інформації, розміщеної на його сторінках. Деякі дослідники [13,

76] за предметом зображення поділяють інформацію на такі види: офіційна, подієва, ділова, довідкова і реклама, естетична, публіцистична. Подібний поділ інформації пропонує дослідник В.Й.Здоровага, виділяючи такі різновиди: офіційна, подієва, публіцистична, науково-просвітницька, ділова, естетично-розважальна, довідкова й реклама [5, 19].

Взявши за основу наведені вище типи інформації, спробуємо простежити, які з них представлені в газеті "Західний кур'єр".

За перше півріччя 2006 р. (№ 1-29) офіційна інформація (державні постанови, резолюції партійних з'їздів і конференцій, промови політичних діячів, заяви політичних партій, громадських організацій та окремих осіб) налічує 14 публікацій, серед яких можна виділити розпорядження міського голови (№ 6; 22; 28); постанови "Про реєстрацію кандидатів на посаду міського голови та кандидатів у депутати до Івано-Франківської міської ради" (№ 9) та "Про результати виборів міського голови м. Івано-Франківська" (№ 17); а також передвиборні програми різних політичних партій (№ 10; 11; 12; 15) та програми кандидатів на посаду міського голови (№ 12; 13).

Наступний різновид, поданий у газеті, – це подієва інформація, до якої "...належать оперативні повідомлення про факти й події внутрішнього й міжнародного життя. Подієва інформація надходить із двох джерел: а) від інформаційних агентств і б) від власних кореспондентів [9, 46-47]". Найбільший за кількістю публікацій тематичний блок, що висвітлює події в Україні (переговори лідерів політичних партій про створення пропрезидентської коаліції ще до виборів та коаліції демократичних сил у майбутньому парламенті). Переважає інформація, яка надходить з інформаційних агентств: "Ю.Тимошенко погодилася з ініціативою блоку ПОРА-ПРП створити коаліцію ще до виборів" (№ 5), "ВАТ "Івано-Франківськцемент" є прикладом підприємства, дереально застосовуються енергозберігаючі технології" (№ 9), "Коаліційна угода: до чого прагне Ю.Тимошенко?" (№ 11), "На "Євробаченні-2006" Україну представлятиме Т.Кароль" (№ 13), "Українці ставлять на

ПР, НСНУ, БЮТ, СПУ, Литвина, ПОРУ-ПРП і комуністів" (№ 15), "Рандеву з Тимошенко відбулося" (№ 17), "Ющенко закликав Верховну Раду вшанувати УПА" (№ 22).

До ділової інформації "...відносяться виступи фахівців з якнайширшого кола питань, що цікавлять аудиторію. Це можуть бути матеріали з медицини, освіти, будівництва, агрономії тощо, як створені самими спеціалістами, так і отримані від них у вигляді інтерв'ю [9, 47]". Ділова інформація висвітлена в 72 публікаціях. Найбільша частина газетних матеріалів присвячена здобуткам і прорахункам спортивних команд області; змаганням з тенісу, легкої атлетики, волейболу та футболу (27 публікацій). Цікавими є публікації, в яких описано історію м. Івано-Франківська: "Івано-Франківськ 100 років тому" (№ 3), "Фортеця на Волоському тракті" (№ 4; 6; 9; 17-20), "Андрій Потоцький" (№ 22). Деякі публікації торкаються проблем освітньої галузі області: "Справжній учитель є митцем, а навчання – мистецтвом" (№ 1), "Шкільній інформатиці – 20 років" (№ 5), "Школи України – 2006" (№ 16), "Загальноосвітній школі № 12 – 50!" (№ 20).

До різновиду довідкової інформації "...належать програми радіо і телебачення, театральна й кіноафіша, розклад руху транспорту [9, 47]". В газеті "Західний кур'єр" щономера друкують програми телебачення, часто – прогноз погоди, інколи – афішу Івано-Франківського обласного музично-драматичного театру ім. І. Франка (№ 2-4).

Естетично-розважальна інформація – це анекдоти, кросворди, астрологічні прогнози (майже щономера газети); поетичні твори Б.Томенчука "Пройдуть іуди по осколках честі..." (№ 4), "Зійди, навчителю" (№ 19), "Храни в святилищі душі" (№ 20) та Х. Яремчанки "Не відновити втрачені мости" (№ 24).

Публіцистична інформація – це аналітичні матеріали різних жанрів від коментаря до огляду, статті, нарису. Щодня розкриваючи газету, читач ознайомлюється в ній не просто з текстами, а з інтерв'ю, замітками, есе та іншими жанрами журналістики.

Серед жанрів у газеті (за аналізований період) домінує інтерв'ю, "...що представляє суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста [9, 219]", як з політичними діячами (М.Вишиванок, Ю.Костенко, З.Шкутяк), кандидатами на посаду міського голови (В.Анушкевичус, О.Сич, Б.Чорнописький), так зі спортсменами, письменниками.

Рекламна інформація займає в сучасній періодиці вагоме місце й виконує не лише функцію повідомлення, але й фінансового забезпечення видань. Тематика рекламних оголошень в газеті "Західний кур'єр" така: здоров'я, навчання, робота, транспортні перевезення та різноманітні приватні оголошення.

Кожний випуск газети поділений на певну кількість рубрик за тематичним спрямуванням, серед яких можна виділити такі: "Артсалон", "Бліц-інформ", "Гість редакції", "Зона розкоші", "Імідж", "Кримінал", "Кур'єр освіти" (газета в газеті), "На коня", "Новини", "Оголошення", "Політикум", "Спорт", "Телекур'єр", "Шкатулка".

Проаналізувавши різні типи інформації, можна зробити висновки, що постійною є рубрика "Спорт", а також часто публікується інформація з таких сфер: культура (12 номерів); кримінал (11 номерів); державне управління (14 номерів). Достатня увага приділяється економіці, освіті та історії.

Найбільше матеріалів присвячено програмам партій та їхніх кандидатів, що пояснюється актуальним на той час процесом виборів до Верховної Ради України та місцевих рад, тобто в газеті публікувалися позиції всіх зареєстрованих партій і блоків, що підтверджує її загальнополітичне спрямування.

Для визначення ролі засобів масової інформації, зокрема друкованого видання, можна запропонувати провести конкретне соціологічне дослідження, яке ставить собі за мету: 1) з'ясувати масштаби і характерні особливості читацької аудиторії; 2) з'ясувати мотиви, з яких читач (передплатник) віддає перевагу тій або іншій газеті; 3) розкрити градацію гостроти інтересу читачів до різних розділів тематичного діапазону газети; 4) одержати

дані про шляхи формування авторитету ЗМІ та результативність їхніх виступів.

Так чи інакше, кожне періодичне видання закріплює за собою певну аудиторію читачів, масштаби і характерні особливості якої визначаються багатьма факторами. Найвпливовіші з них – вік читача, його освіта, професія, місце проживання. З іншого боку, велике значення має характер газети, рівень її професійного, літературного й поліграфічного виконання.

Методом збору інформації для проведення конкретного соціологічного дослідження на тему "Що ми читаємо?" було вибрано соціологічне інтерв'ю, оскільки порівняно невелику кількість людей потрібно було опитати.

Метод обробки інформації – ручний, який у цьому випадку доцільний тому, що дослідження проводилося на невеликій вибірці й зібрана інформація не вимагала складного аналізу. Необхідно було забезпечити у вибірці представництво людей різного віку (до 20 років; 21-30; 31-40; 41-50; 51-60; 61 і більше); статі; із різною освітою (середньою, незакінченою вищою, вищою) та професією. Вибіркова сукупність становила 60 чоловік: по 10 осіб із кожної вікової групи (30 чоловіків і 30 жінок).

Для проведення соціологічного дослідження був розроблений план інтерв'ю, що містив десять запитань, на які необхідно було дати відповідь, а саме:

1. Скільки газет Ви читаєте регулярно?
2. Яку газету Ви зазвичай читаєте?
3. Джерело отримання газети?
4. Чому Ви купуєте/читаєте Вашу улюблену газету?
5. Пронумеруйте за рівнем цікавості для Вас газетні рубрики.
6. Чи читаєте Ви рекламу в газеті?
7. Який вид реклами Ви хотіли б бачити в газеті?
8. Чого, на Вашу думку, не вистачає сучасним газетним виданням?
9. Які переваги у газети, яку Ви купуєте, перед іншими газетами області?
10. Чим для Вас є газета?

На основі проведеного опитування були зроблені висновки, що регулярно одну газе-

ту читають 39% опитаних, тоді як 2-3 газети – 25%, 4 і більше газет всього 8%, а 28% не читають жодної газети постійно.

Більшість респондентів (35%) читають газету "Західний кур'єр", інші надають перевагу таким газетам: "Галичина" (25%), "Експрес" (28%) та "Афіша Прикарпаття" (12%), яку, до речі, частіше читають жінки.

Цікавим є той факт, що 58% опитаних (саме читачі газет "Західний кур'єр" та "Галичина") отримують газети через передплату, лише 35% опитаних (читачі газет "Експрес", "Афіша Прикарпаття") купують газети; інші 7% читачів беруть газету на роботі або у друзів.

Слід також зазначити, що критерії вибору тієї чи іншої газети різноманітні. Приміром, для 60% респондентів вирішальним фактором є корисна інформація, яка розміщена в газеті, а наявність конкурсів із призами не впливає на придбання газети. Крім того, для представниць жіночої статі (вік до 40 років) не відіграє ніякої ролі ціна газети.

35% респондентів найцікавішою рубрикою вважають політику, а щодо найменш привабливої рубрики, то тут думки розділилися: представників "сильної статі" найменше цікавить "Кримінал" (33%), а "чарівну половину людства" – "Спорт" (23%). Незважаючи на своєрідне ставлення до рекламної інформації, 68% опитаних читають рекламу в газеті, 32% – не читають, між іншим, більшість читачів реклами – жінки (38%). Необхідно зазначити, що 25% респондентів хотіли б бачити в газеті більше приватних оголошень, а також туристичну рекламу (23%) та інформацію про роботу й навчання (22%).

34% респондентів вважають, що сучасним газетним виданням не вистачає об'єктивності, 18% – сенсаційності, 18% – професійності, 18% – правдивості і 12% – плюралізму. Щодо переваг улюбленої газети серед інших газет області, то більшість опитаних відзначають цікавий зміст газети (38%), а решта виокремлюють також такі переваги: більш повна телеінформація (23%), легкість читання (20%), низька ціна (18%), корисна реклама (17%) і привабливий дизайн (13%).

35% респондентів вважають газету джерелом повсякденної інформації, 27% – джерелом розширення світогляду, 22% – засобом формування громадської думки, 20% – засобом залучення до політичного життя, 17% – помічником у роботі й навчанні, 12% – порадником у громадських справах.

Таким чином, результати проведеного соціологічного дослідження допоможуть редакції газети "Західний кур'єр" з'ясувати, що читачам подобається в газеті, що варто змінити, що їхні конкуренти роблять краще; які рубрики подобаються читачам, а які ні; які типи аудиторії ще не охоплені.

Отже, структура ринку івано-франківських друкованих періодичних видань є типовою для обласних ЗМІ України, тобто, представлена різними типами видань (реklamних, інформаційно-розважальних, суспільно-політичних, спеціалізованих). Є місцева, центральна та зарубіжна періодика, тижневики, щомісячники й щоденні видання. На ринку друкованих ЗМІ області присутні як чорно-білі, так і кольорові видання. Преса Івано-Франківська керується принципом відповідальності й захищає інтереси своїх читачів – членів громади.

Обласна щотижнева газета "Західний кур'єр" не лише висвітлює на своїх шпальтах усю інформацію, яка цікавить читачів, але й надає можливість висловитися всім політичним

партіям, громадським організаціям, органам влади, організаціям і установам, закладам і підприємствам, а також окремим громадянам, тобто всім суб'єктам суспільного життя. Саме тому газета має певний авторитет у читачів нашої області і для того, щоб не підвести своїх прихильників та не втратити їхню довіру, редакція газети постійно вдосконалює логотип та газетні публікації.

Описані у статті методи дослідження сучасної періодики можуть використовувати студенти спеціальності "Документознавство та інформаційна діяльність" для самостійного аналізу друкованого періодичного видання на практичних заняттях із дисципліни "Засоби масової інформації", яка є початковим, пропедевтичним курсом журналістики.

Усі питання курсу розглядаються не лише на науково-теоретичному матеріалі, але й із залученням практичних матеріалів, зокрема газетних. Це привертає увагу студентів до національних друкованих ЗМІ, виховуючи смак до роботи з такими матеріалами; привчає черпати інформацію з національних джерел; сприяє взаємообміну інформацією між студентами і викладачами, групами студентів; навчає спостерігати за функціонуванням мовних одиниць у газетних текстах; розширює уявлення не лише про періодичне видання, але й доповнює знання про свій народ, його історію, традиції тощо.

Використана література

1. Владимиров В.М. Історія української журналістики (1917-1997 рр.) : навч. посіб. / В.М. Владимиров. – Луганськ: Вид-во Східноукр. держ. ун-ту, 1998. – 166 с.
2. Владимиров В.М. Основы журналистики в понятиях и комментариях: учеб. пособ. / В.М. Владимиров. – Луганск: Из-во ВУГУ, 1998. – 144 с.
3. Ворошилов В.В. Журналистика : учеб. / В.В.Ворошилов. – СПб.: Из-во Михайлова В.А., 2001. – 304 с.
4. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации : учеб. / В.В.Ворошилов. – СПб.: Из-во Михайлова В.А., 2006. – 496 с.
5. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: підруч. – 2-ге вид., перероб. і допов. / В.Й.Здоровега. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
6. Корконосенко С.Г. Основы журналистики : учеб. для вузов / С.Г.Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 287 с.
7. Лубкович І.М. Соціологія і журналістика : підруч. / І.М.Лубкович. – Львів: ПАІС, 2005. – 176 с.
8. Михайлин І.Л. Історія української журналістики ХІХ ст. : підруч. / І.Л. Михайлин. – К.: Центр навчальної літератури. – 2003. – 720 с.

9. Михайлин І.Л. Основи журналістики: підруч. / І.Л. Михайлин. – Вид. 3-є доп. і поліпш. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284 с.
10. Москаленко А.З. Вступ до журналістики: навч. посіб. / А.З. Москаленко. – К.: Експрес-Об'ява, 1998. – 248 с.
11. Москаленко А.З. Основи журналістики : тексти лекцій / А.З. Москаленко. – К.: ВПЦ "Київський ун-т", 1994. – 135 с.
12. Москаленко А.З. Теорія журналістики : навч. посіб. / А.З. Москаленко. – К.: Експрес-Об'ява, 2002. – 336 с.
13. Теорія і практика радянської журналістики : Основи майстерності. Проблеми жанрів / під ред. В.Й. Здорогеги. – Львів: Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. – 328 с.

ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА

УДК 35.07(477)

ІСТОРІЯ ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ: ПРЕДМЕТ, ОБ'ЄКТ ТА СПЕЦИФІКА НАУКОВОЇ І НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Г.В. Папакін

Стаття присвячена історії державних установ України як самостійній навчальній і спеціальній історичній дисципліні, що має об'єкт історичного дослідження, власний предмет вивчення, понятійний апарат. Проаналізовано власну дослідницьку специфіку дисципліни. Автором запропонована періодизація історії державних установ України.

Ключові слова: історія державних установ України, спеціальні історичні дисципліни, вища освіта.

The article is devoted to the history of the state institutions in Ukraine as an original educational discipline and special branch of historical science with the object of historical investigation, own subject of studying, terms apparatus. The own discipline's research specificity is analyzed. The author proposes his division into periods of the history of the state institutions in Ukraine.

Держава та її органи, що здійснювали безпосереднє управління та контроль за її підданими, перебували в центрі уваги філософів, мислителів та політичних діячів від часу її виникнення й усвідомлення як соціального феномену. В їхньому ряду можна назвати давньогрецьких філософів Платона з його концепцією "ідеальної держави", що базується на справедливості; Аристотеля, який виділив п'ять форм держави і поділив їх на "справедливі" та "несправедливі"; одного зі "стовпів церкви" Фому Аквінського з його доведенням божественного походження держави; Н.Мак'явеллі, який виділив три засадничі політичні блага: національну незалежність, безпеку держави, конституцію; а також Г.Гроція, Т.Гобса, французьких просвітителів, англійських правників, засновників марксизму та ін. Усі вони

намагалися досягнути цей феномен, дати йому раціональне або ірраціональне пояснення. Зокрема, англійський філософ Гобс називав його "великим Левіафаном, або, вірніше, (висловлюючись з більшою повагою), тим смертним Богом, якому ми під владою безсмертного Бога зобов'язані своїм миром і своїм захистом [1]". Інший англійський філософ Дж. Ст. Міль закликав не забувати, що всі політичні інституції "є людським витвором; ми зобов'язані їхнім походженням та їхнім існуванням виключно людській волі [2]". Історіографію такої проблеми, як формування поняття держава, становлять класичні праці Дж.Бентама, Г.Спенсера, А.Токвіля, Р.Гнейста та багатьох інших європейських і північноамериканських мислителів. У II пол. XIX ст. дослідження генезису, функціонування та вдо-