

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра журналістики

**Кваліфікаційна робота магістра**

на тему «Функціонування місцевої преси: вітчизняний та світовий досвід»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0618-ж-з  
спеціальності 061 «Журналістика»  
(освітня програма «Журналістика»)

*Катеренчук Г. Л.*

Керівник: доц., к. пед. н.

*Костюк В. В.*

Рецензент: доц., к. філол. н.

*Тяпкіна Н. І.*

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет журналістики**  
**Кафедра журналістики**  
Освітній ступінь «магістр»  
Спеціальність 061 – «Журналістика»  
Освітня програма «Журналістика»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри Любченко Ю. В.  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ  
Катеренчук Ганні Леонідівні**

1. Тема роботи – «Функціонування місцевої преси: вітчизняний та світовий досвід» (Functioning of the Local Press: National and World Experience), керівник роботи – Костюк Віктор Володимирович, к. пед. н., доцент, затверджені наказом ЗНУ № 714-с від «15» травня 2019 року.
2. Строк подання студентом роботи (проєкту) – 2 грудня 2019 року.
3. Вихідні дані до роботи праці, присвячені розгляду питанню функціонування друкованих ЗМІ. Це передусім роботи таких вітчизняних і зарубіжних учених: А. Андрієнко, І.Герман, С. Гуревича, С. Єременко, Л. Змій, М. Карась, І. Луцюк, Р.Марнич, І. Паславського, Є. Пушкіної, О. Уліцкої, Т. Хітрової, О. Чернявської, І. Чорної та інш.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: 1) дослідити суть поняття «місцева преса» на основі аналізу вітчизняних та зарубіжних джерел; 2) проаналізувати типологію та функції місцевої преси в Україні та світі; 3) вивчити ринок місцевих друкованих видань Запорізької області; 4) проаналізувати ринок місцевої періодики в окремих регіонах Польщі та

Німеччини; 5) дослідити основні елементи співпраці місцевих друкованих видань з органами державної влади; 6) визначити особливості журналістських матеріалів у місцевих ЗМІ України, Польщі та Німеччини.

#### 5 Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Костюк В. В., доцент	21.05.2019	21.05.2019
1 розділ	Костюк В. В., доцент	3.09.2019	3.09.2019
2 розділ	Костюк В. В., доцент	01.10.2019	01.10.2019
3 розділ	Костюк В. В., доцент	15.10.2019	15.10.2019
Висновки	Костюк В. В., доцент	5.11.2019	5.11.2019

6 Дата видачі завдання – 21.05.2019 р.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Складання графіку виконання роботи, визначення мети, завдань, об'єкту і предмету дослідження	26.03.2019	виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту.	28.03.2019	виконано
3	Підібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	31.05.2019	виконано
4	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину.	20.06.2019	виконано
5	Провести наукове дослідження і проаналізувати власний творчий доробок.	26.10.2019	виконано
6	Написати практичну частину.	27.10.2019	виконано
7	Проходження попереднього захисту на кафедрі.	28.10.2019	виконано
8	Оформлення додатків. Усунення недоліків.	13.11.2019	виконано
9	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.	28.11.2019	виконано

Студент

\_\_\_\_\_ ( підпис )

Катеренчук Г.Л.

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

\_\_\_\_\_ ( підпис )

Костюк В. В.

(ініціали та прізвище)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_ ( підпис )

Чабаненко М. В.

(ініціали та прізвище)

## РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи магістра: «Функціонування місцевої преси: вітчизняний та світовий досвід». Сторінок основного тексту – 77, використаних джерел – 75.

**Мета дослідження.** Для того, аби дослідити ступінь впливу засобів масової інформації на інформаційне суспільство та відшукати ключі до його розвитку з боку періодичних друкованих видань, необхідно проаналізувати взаємозв'язок місцевої преси зі своєю аудиторією та органами влади, вивчити актуальність та специфіку журналістських матеріалів у таких виданнях, а також дослідити основні тенденції розвитку місцевих газет на прикладі вітчизняного та світового досвіду.

Здійснення мети передбачає виконання таких **завдань**:

- дослідити суть поняття «місцева преса» на основі аналізу вітчизняних та зарубіжних джерел;
- проаналізувати типологію та функції місцевої преси в Україні та світі;
- вивчити ринок місцевих друкованих видань Запорізької області;
- проаналізувати ринок місцевої періодики в окремих регіонах Польщі та Німеччини;
- дослідити основні елементи співпраці місцевих друкованих видань з органами державної влади
- визначити особливості журналістських матеріалів у місцевих ЗМІ України, Польщі та Німеччини.

**Об'єктом дослідження** є місцеві друковані видання України, зокрема, газети «Запорізька правда», «Нова Таврія» (Василівський район Запорізької області) та «Районка» (Пологівський район Запорізької області), а також газети «Gazeta Mławska» Млавського повіту Мазовецького воєводства (центр Польщі) та «Saar Zeitung» регіону Саарланд (південний захід Німеччини).

**Предмет дослідження** – функціонування місцевих періодичних видань в Україні та за кордоном.

**Методологічну та теоретичну основу дослідження** складають праці: І. Луцюк [36], І. Паславського [42], Є. Пушкіної [50], які обґрунтували теоретичні засади створення та функціонування регіональної друкованої преси як складової частини інформаційного суспільства.

**Наукова новизна** роботи полягає в тому, що:

*вперше* здійснено аналіз газети «Запорізька правда» на предмет невдалого роздержавлення місцевої преси в Україні;

*розширено* знання про вплив вітчизняних та зарубіжних місцевих засобів масової інформації на розвиток інформаційного суспільства;

*конкретизовано* поняття «місцева друкована преса» та систематизовано знання про специфіку діяльності редакцій місцевих ЗМІ.

**Практичне значення одержаних результатів.** Матеріали дослідження можуть бути використані у навчальному процесі факультету журналістики, а також для розробки стратегій розвитку громадянського суспільства в Україні.

**Теоретичне значення** результатів дослідження полягає у можливості їх використання у подальших наукових розробках, зокрема, щодо вивчення наслідків роздержавлення ЗМІ на території України.

**Ключові слова:** місцева друкована преса, регіональна газета, інформаційне суспільство, журналістські матеріали, масова комунікація.

## ЗМІСТ

Завдання.....	2
Реферат.....	4
Вступ.....	7
Розділ 1. Генеза місцевої друкованої преси.....	10
1.1. Зміст поняття місцева друкована преса.....	10
1.2 Історія розвитку місцевих друкованих ЗМІ в Україні та світі.....	16
1.3 Специфіка місцевих друкованих видань.....	22
Розділ 2. Аналіз місцевої преси в Україні.....	30
2.1 Типологія та сучасний стан друкованих ЗМІ в Україні та Запорізькій області.....	30
2.2 Специфіка функціонування газети «Нова Таврія» .....	38
2.3 Газета «Районка»: особливості діяльності.....	46
Розділ 3. Аналіз місцевої преси у Польщі та Німеччині.....	55
3.1 Особливості функціонування місцевих друкованих ЗМІ в Польщі та Німеччині.....	55
3.2 Місцева газета «Gazeta Mławska»: польський досвід.....	63
3.3 Газета «Saar Zeitung» як приклад реформованої преси в Німеччині.....	72
Висновки.....	81
Список використаної літератури.....	85
Додаток А. Матеріали друкованих ЗМІ «Нова Таврія», «Районка», «Gazeta Mławska» та «Saar Zeitung».....	92
Додаток Б. Власна наукова публікація.....	104
Додаток В. Інтерв'ю з редактором газети «Запорізька правда» Н. Зворигіною.....	106
Summary.....	108

## ВСТУП

*Актуальність.* Інформація – важливий чинник розвитку людства. Це основа такого вагомого явища, як інформаційне суспільство, яке ми прагнемо побудувати, аби поліпшити своє життя та створити успішнішу модель функціонування світу.

Для того, аби досягти успіхів у цьому напрямку, необхідно дослідити усі складові частини інформаційного суспільства. Однією з таких складових є періодична друкована преса. Вона є інструментом формування ідентичності кожної людини в тісному взаємозв'язку із загальносуспільними процесами.

У зв'язку з цим важливого значення для побудови інформаційного суспільства набувають місцеві ЗМІ. Такі засоби масової інформації повідомляють про найважливіші події у житті регіону, формують громадську думку та забезпечують тісний взаємозв'язок населення з органами влади.

Культурно-просвітницькі заходи, соціально-економічні коливання, проведення виборів, бойові дії, реформування основних галузей суспільного життя – усе це не лише впливає на світогляд громадян, а й щодня змінює принципи роботи редакцій місцевих ЗМІ. За останні роки тема функціонування місцевої преси України, в порівнянні зі світовим досвідом, є малодослідженою. Разом з тим не в повній мірі вивчений стан співпраці таких засобів масової інформації з органами державної влади, це і зумовлює актуальність нашого дослідження.

*Мета дослідження.* Для того, аби дослідити ступінь впливу засобів масової інформації на інформаційне суспільство та відшукати ключі до його розвитку з боку періодичних друкованих видань, необхідно проаналізувати взаємозв'язок місцевої преси зі своєю аудиторією та органами влади, вивчити актуальність та специфіку журналістських матеріалів у таких виданнях, а також дослідити основні тенденції розвитку місцевих газет на прикладі вітчизняного та світового досвіду.

Здійснення мети передбачає виконання таких *завдань*:

- дослідити суть поняття «місцева преса» на основі аналізу вітчизняних та зарубіжних джерел;
- проаналізувати типологію та функції місцевої преси в Україні та світі;
- вивчити ринок місцевих друкованих видань Запорізької області;
- проаналізувати ринок місцевої періодики в окремих регіонах Польщі та Німеччини;
- дослідити основні елементи співпраці місцевих друкованих видань з органами державної влади
- визначити особливості журналістських матеріалів у місцевих ЗМІ України, Польщі та Німеччини.

*Об'єктом дослідження* є місцеві друковані видання України, зокрема, газети «Запорізька правда», «Нова Таврія» (Василівський район Запорізької області) та «Районка» (Пологівський район Запорізької області), а також газети «Gazeta Mławska» Млавського повіту Мазовецького воєводства (центр Польщі) та «Saar Zeitung» регіону Саарланд (південний захід Німеччини).

*Предмет дослідження* – функціонування місцевих періодичних видань в Україні та за кордоном.

*Методологія* дослідження включає в себе метод аналізу, синтезу, опису та індукції.

*Методологічну та теоретичну основу дослідження* складають праці: І. Луцюк [36], І. Паславського [42], Є. Пушкіної [50], які обґрунтували теоретичні засади створення та функціонування регіональної друкованої преси як складової частини інформаційного суспільства.

*Наукова новизна* роботи полягає в тому, що:

*вперше* здійснено аналіз газети «Запорізька правда» на предмет невдалого роздержавлення місцевої преси в Україні;

*розширено* знання про вплив вітчизняних та зарубіжних місцевих засобів масової інформації на розвиток інформаційного суспільства;



*конкретизовано* поняття «місцева друкована преса» та систематизовано знання про специфіку діяльності редакцій місцевих ЗМІ.

*Практичне значення одержаних результатів.* Матеріали дослідження можуть бути використані у навчальному процесі факультету журналістики, а також для розробки стратегій розвитку громадянського суспільства в Україні.

*Теоретичне значення результатів дослідження* полягає у можливості їх використання у подальших наукових розробках, зокрема, щодо вивчення наслідків роздержавлення ЗМІ на території України.

*Апробація роботи* пройшла на науково-практичній конференції «Гуманітарні та природничі науки: актуальні питання», 25-26 жовтня 2019 року в м. Івано-Франківськ. Основні положення кваліфікаційної роботи знайшли відображення у тезах доповіді «Побудова громадянського суспільства як виклик для місцевої преси в Україні», опублікованих у збірнику «Гуманітарні та природничі науки: актуальні питання». Матеріали науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 25-26 жовтня 2019 року), – Херсон: Видавництво «Молодий вчений», 2019. – С. 104-107.

*Структура роботи.* Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Обсяг основного тексту роботи - 77 сторінок. Список використаної літератури містить 75 найменувань.

## РОЗДІЛ 1

### ГЕНЕЗА МІСЦЕВОЇ ДРУКОВАНОЇ ПРЕСИ

#### 1.1 Зміст поняття місцева друкована преса

Особливості функціонування місцевих друкованих видань неодноразово ставали темою наукових досліджень. Здебільшого предметом вивчення дослідників були функції, завдання та проблеми сучасних регіональних ЗМІ [36], позиції місцевої преси у соціокультурній, економічній та політичній системах суспільства [34] чи особливості висвітлення окремих тем в локальній пресі [28].

Основу для наукового розуміння поняття «місцева друкована преса» поклали роботи журналістикознавців І. Михайлина, С. Гуревича та дослідників Ф. Сіберта, У. Шрамма та Т. Пітерсона. Науковою розробкою питань щодо ролі регіональних ЗМІ в сучасному суспільстві займалися І. Луцюк, І. Чорна, А. Андрієнко, С. Єременко, М. Карась та інші.

Більшість дослідників дійшли висновку, що локальні періодичні видання – основне джерело місцевої інформації у регіонах [69, с. 110], і, не зважаючи на зростання ролі Інтернет-ресурсів у житті пересічних громадян, місцеві друковані ЗМІ мають у майбутньому зберегти за собою традиційну роль постачальників якісних новин [50, с. 412].

Аби простежити особливості виникнення, становлення, розвитку місцевих друкованих видань, необхідно визначитись із поняттям «місцева друкована преса».

Згідно Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», преса – періодичні друковані засоби масової інформації (газети, журнали, альманахи тощо), що виходять під постійною назвою з періодичністю один або більше випусків протягом року на підставі свідоцтва про державну реєстрацію [48].

Незважаючи на велику кількість досліджень про специфіку функціонування локальних засобів масової інформації, їх роль у полі діяльності місцевих органів влади та жанрові різновиди на сторінках регіональних медіа, єдиного трактування поняття «місцева преса» науковці не виробили.

Взагалі, за «Великим тлумачним словником української мови», термін «місцевий» означає:

- не загальний;
- виготовлений у певній місцевості, не привізний;
- який живе у цій місцевості;
- який діє або має значення тільки в межах певної території, місцевості;
- не загальнодержавний [5, с. 649].

У своїй науковій праці І. Чорна пропонує декілька визначень для засобів масової інформації, які виходять на території окремого району чи міста: «Міськими чи місцевими ЗМІ є видання, теле- і радіоканали, розраховані на аудиторію в районах та містах обласного підпорядкування. Відтак, регіональна преса – це друковані видання, які поширюються на території будь-якого регіону нашої країни або мають більш виражений локальний характер, виходячи в окремому місті. З регіональної преси громадяни черпають інформацію про ключові події у своєму місті та області, про політику місцевої влади, досягнення та зміни в роботі місцевих освітніх, медичних, інших державних установ тощо» [69, с. 110]. Тобто, дослідниця, спираючись на головні завдання, функції та мету такої преси, ототожнює поняття «місцеві» та «регіональні» друковані видання.

Дослідивши глибше поняття «регіон» та посилаючись на «Великий тлумачний словник української мови», маємо думку, що «регіон – певна територіальна одиниця (район, область, зона), що вирізняється з-поміж інших таких же одиниць специфічними рисами (географічними, економічними та ін.)» [5, с. 1206].

Науковець Р. Овсепян у своїй роботі, присвяченій історії новітньої вітчизняної журналістики, впевнений, що поняття «регіон» поєднує у собі територіальні одиниці, пов'язані між собою спільними економічними, культурними чи географічними інтересами і є синонімом терміну «місцева»: «У роботах з історії, теорії та практики журналістики терміни «місцева», «провінційна», «периферійна», «регіональна» використовуються як синоніми стосовно до губерньської, обласної та регіональної (міжгуберньської та міжобласної) журналістики» [40].

В той же час науковець Е. Айзмен, який аналізує термін «регіон», впевнений, що «... ієрархію регіонів визначає тільки наукова проблема. Регіон детермінований тим питанням, вивченням якого ми займаємося, варто нам тільки заглибитися в чисто просторове теоретизування, і дефініція «регіон» зникає» [6, с. 116].

Таким чином, аналізуючи дослідження вчених щодо пошуку єдиної загальноновизначеної дефініції визначень преси, яка розповсюджується на окремій території та повідомляє про найактуальніші події в житті невеликої громади, робимо висновок, що у наукових дослідженнях під поняттями «місцева» та «регіональна» розглядаються одні й ті ж локальні засоби масової інформації.

У нашому випадку під терміном «місцева друкована преса» розуміємо видання, які виготовлені та розповсюджуються на території певної місцевості, несуть локальний характер і мають вагоме значення саме для мешканців цієї окремої території.

Як показує практика, у маленьких населених пунктах місцева преса часто виступає як єдине офіційне джерело інформації, звідки місцеві мешканці дізнаються про події в регіоні, області чи країні. Це пояснюється рівнем розвитку території та потребою місцевих мешканців в інформації. Зазвичай, передплатити будь-яке друковане видання в Україні через поштового монополіста ПАТ «Укрпошта» цілком можливо. Проблема в небажанні населення передплачувати невідомі для них видання з невідомих

причин. Як наслідок – недостатній рівень розвитку інформаційного поля в регіоні. Звідси і виникає потреба у підвищенні якості районних чи місцевих друкованих видань.

Як елемент комунікації, на думку С. Гуревича, друковані ЗМІ акумулюють масові настрої суспільства, сприяють визначенню громадянських позицій, а також формують та виражають масову свідомість [8].

Дослідниця І. Секунова, аналізуючи ефективність друкованих ЗМІ, дійшла висновку, що головними недоліками друкованих засобів масової інформації є:

- недостатня оперативність;
- відсутність безпосередньої інтерактивності;
- висока ціна видання, яка не виправдовує його якість.

А головними перевагами виступають:

- можливість швидкого ознайомлення з усім масивом матеріалів, що розміщені в номері;
- можливість відкласти читання до зручнішого моменту;
- можливість сприймати інформацію в індивідуальному темпі (перечитування, зберігання) [56, с. 137].

Аналізуючи вітчизняні та зарубіжні приклади місцевої друкованої преси, дійшли висновків, що дані переваги та недоліки стосуються і локальної преси.

Серед основних домінуючих функцій друкованих періодичних видань журналістикознавець І. Михайлин виділяє:

- інформаційну;
- мотивуючу;
- рекламну;
- розважальну;
- повчальну [38].

Дослідниця ж Й. Кемпа-Ментрак обстоює думку, що функцій у місцевих ЗМІ значно більше. Серед них вона виділяє:

- пізнавальну;
- функцію переконання;
- контролю;
- мотивації;
- інтеграції;
- соціалізації;
- розваг [74, с.9-10].

Усі ці функції поєднують пресу з іншими засобами масової інформації, дозволяючи їй водночас і впливати на громадську думку своєї аудиторії, і висвітлювати актуальні події, і знаходити шляхи вирішення проблемних питань. Саме симбіоз преси з іншими медіа слугує одним із головних інструментів побудови розвиненого інформаційного та громадянського суспільства.

Функціональним полем регіональних ЗМІ К. Коверга називає «...своєчасне, повне висвітлення місцевих подій; висвітлення важливих місцевих проблем; представлення думок ключових осіб регіону; створення можливості для обміну інформацією між мешканцями регіону; орієнтація в культурних подіях; практична допомога в соціально-побутових потребах» [28, с. 225]. Відтак формується і специфіка у функціонуванні місцевих друкованих видань.

На думку І. Луцюк, одними з першочергових завдань місцевої преси є «збереження історичної свідомості населення краю та вироблення образу Малої Вітчизни, який зберігатиме етнічні особливості регіону та продовжуватиме національні ідеї» [36, с. 152].

Якщо зануритись у історію будь-якого місцевого видання, можна простежити розвиток того чи іншого регіону. Беручи до рук підшивку місцевої друкованої преси з часів її виникнення та аналізуючи специфіку створення номерів, проблематику матеріалів та взагалі якість подачі

інформації, можна зробити висновок стосовно історії розвитку території, ключових постатей та етапів формування певних культурних цінностей, притаманних мешканцям саме цього регіону.

Специфічною рисою такої преси, за визначенням Т. Кузнякової, є синтетичний характер, адже у ній представлено багато форм інформації. Приміром, крім висвітлення культурно-мистецьких заходів та оперативних повідомлень про суспільно-значимі події, існує практика публікації офіційних матеріалів органів державної влади, при цьому, набагато ширше, ніж у загальнонаціональних виданнях [38, с. 235-236]. Сюди належить інформація про виконання суб'єктами владних повноважень своїх обов'язків, витяги з розпоряджень та наказів, регуляторні документи, офіційні оголошення тощо.

Згідно Закону України «Про доступ до публічної інформації», таке висвітлення має на меті забезпечення прозорості та відкритості органів влади, а також створення механізмів реалізації права кожного громадянина на доступ до публічної інформації [47].

Як зазначає О. Уліцка, досліджуючи конфліктні процеси на сторінках регіональних медіа, відсоток висвітлення інформації стосовно діяльності органів державної влади в місцевій пресі сьогодні як ніколи високий [64]. Тож і питання співпраці місцевих редакцій із суб'єктами владних повноважень залишається вкрай актуальним. Від цього залежить напрямок редакційної політики. Зокрема, коли засновником виступає державна установа, то ідеологічна складова такого ЗМІ напряму залежить від її політичної орієнтації. Коли ж засновник видання – не владна структура, то й політичний відтінок ЗМІ виражений не так яскраво [42, с. 242].

Р. Марнич впевнена, що регіональна преса має стояти на сторожі демократії, адже такі засоби масової інформації зазвичай мають більший вплив на суспільство, ніж загальнонаціональні медіа [37]. Однак, незважаючи на наближеність місцевих друкованих видань до своєї аудиторії, їм не вистачає кваліфікованих кадрів, оперативності у висвітленні подій,

динаміки, часто – фінансування. На такому тлі, українська преса у більшості випадків – неприбуткова [28, с. 234]. Саме тому важливим для нас сьогодні є аналіз функціонування місцевої преси інших розвинених країн, які давно пройшли період реформування державного устрою та вже досягли значних результатів у підвищенні конкурентоспроможності та престижу місцевих медіа.

## 1.2 Історія розвитку місцевих друкованих ЗМІ в Україні та світі

Від початку свого зародження до сучасності місцева друкована преса пройшла тернистий та насичений життєвий шлях. Починаючи від первинної форми збору та поширення інформації і закінчуючи складними видами новітніх ЗМІ, розвиток преси тісно переплітався із розвитком інших суспільно важливих інститутів.

С. Гуревич розподіляє шлях розвитку газети на декілька етапів:

- 1) період пражурналістики - з I ст. до н.е. (виникнення первинних засобів, способів, видів передачі інформації);
- 2) період поширення грамотності - XIV-XVII ст.;
- 3) поява перших газет - XVII ст.;
- 4) розповсюдження масових друкованих видань – XIX-XX ст.;
- 5) етап створення новітніх видів ЗМІ – XX ст. [8].

Більшість дослідників дотримуються думки, що основою для виникнення преси, як одного з найважливіших видів засобів масової інформації стала потреба людей розуміти навколишній світ, зберегти ці знання та передавати їх.

З розвитком суспільства та виникненням державності потреба у засобах масової інформації зростала. Спочатку інформація передавалась в усній формі, через накази й постанови, які виголошували гінці, глашатаї та послы. З виникненням писемності, фіксована інформація стала одним із найцінніших товарів.



Дослідник П. Федченко, аналізуючи історію зародження та основні закономірності розвитку преси, стверджує, що відразу ж після виникнення письма слово почали використовувати для формування суспільної думки та політичних настроїв: «Періодична преса виникає і розвивається в нерозривному зв'язку з економічними й політичними потребами суспільства, зростає і міцніє в процесі класової боротьби як надзвичайно важливий ідеологічний чинник, який відчутно впливає на всі сторони духовного і суспільно-політичного життя народу, країни» [65].

Із поширенням грамотності та збільшенням кількості університетів розвивалась і аудиторія перших засобів масової інформації. Суспільство ставало більш вимогливим та прагнуло отримувати якісну інформацію у письмовому вигляді. «Однак цьому протягом тривалого часу перешкоджала відсутність матеріалу, на якому можна було б фіксувати, розмножувати та зберігати інформацію» [8]. Перші кроки у цьому напрямку зробили у Стародавньому Єгипті та Римі, записуючи, відповідно, новини на папірусі та глиняних чи гіпсових дошках.

Справжнім проривом у розвитку засобів масової інформації в цілому та преси зокрема стало виникнення друкарства у XV ст. Саме створення Й. Гутенбергом першого друкарського станка ознаменувало нову епоху друкованої преси.

Достеменно невідомо, у якій саме країні з'явилася перша друкована газета у такому вигляді, якою ми знаємо її сьогодні, та відомо, що у 1609 р. в Німеччині на світ з'явилась «Avisso Relation, oder Zeitung», 1622 р. в Англії почали видавати «Weekly News», а в 1631 у Франції стала відомою «La Gasette» [8].

Аналізуючи подальші етапи розвитку газети, помітно, що з часом друковані періодичні видання стають більш масовими, змінюється їх інформаційне наповнення та художнє оформлення, зокрема, коли за створення газет беруться вже професійні журналісти.

З початку XIX ст. газети починають поділяти за спеціалізацією та різноманітними типами: ідеологічними, політичними, соціальними, національними, професіональними та іншими видами. Починає простежуватись пряма комерціалізація преси та її безпосередня направленість на отримання прибутків [8]. XX ст. – етап створення та розвитку нових, більш складних засобів масової інформації, новітніх мультимедіа.

Без сумніву, розвиток інформаційних технологій не міг не позначитись на функціонуванні преси. Як зазначає Є. Пушкіна, «...на даний час тема розвитку друкованих ЗМІ та їх майбутнє є найважливішою темою у видавничій діяльності. У сучасному світі значно зростає роль інтернету, та попри це традиційні ЗМІ зберігають свою життєздатність» [50, с. 413]. Дослідниця дотримується думки, що читачі охоче користуються інтернетом, як джерелом інформації, однак повністю не замінюють ним традиційні медіа.

ІТ-індустрія дозволила друкованим засобам масової інформації налагодити тісніший взаємозв'язок зі своєю аудиторією та зробила поняття «газета» рівноцінним і для друкованих видань, і для електронних ресурсів.

В Україні появу друкованої преси ознаменував вихід у 1749 році першого друкованого листка польською мовою «Кур'єр Львівський», в якому висвітлювались новини про світське та релігійне життя міста. Далі, у 1776 році, світ побачив щотижневик «Gazette de Leopold», який виходив французькою мовою. Першою ж україномовною газетою прийнято вважати «Зорю Галицьку», що вийшла у 1848 році в Галичині, як орган Головної Української Ради. У 1849 році у Львові засновано урядовий часопис «Галицько-Руський вісник». З початку XIX століття перші газети почали з'являтися і на решті території України, зокрема – «Харьковский еженедельник» (1812 рік), щоденна газета «Одесский вестник» (1828 рік), «Киевские объявления» (1835 рік) та ін. [8].

Перші газети на Запоріжжі також видавались не українською мовою. Як зазначає І. Герман, це зумовлювалось декількома причинами:

«Відсутність українськомовної періодики в Запоріжжі зумовлювалася причинами різного характеру: політичними, етносоціальними; не сприяли поширенню українського слова й численні заборони. Та навіть після прийняття царським урядом дозволу на видання (1905 р.), коли в багатьох губернських і повітових містах України друкувалися газети й часописи рідною мовою, в Олександрівському повіті продовжували діяти Емський та Валуєвський укази, місцева преса за своєю тематикою, спрямуванням й стилем залишалася провінційною, аж ніяк не сприяючи національному піднесенню» [7].

Однією з перших газет області вважається російськомовне видання «Александровская мысль» (нинішня «Запорізька правда»), заснована у 1917 році. Саме в цьому році, спираючись на дослідження журналістикознавців, розпочалась зміна тематичної лінії газет та їх спрямування. Найпопулярнішим видом друкованих ЗМІ стала політична загальномасова газета. Періодом становлення місцевої преси а цьому регіоні прийнято вважати 20-ті роки ХХ ст. – починає формуватися однопартійна радянська періодика.

Спираючись на наукову статтю А. Кобинець, присвяченій 90-річчю від дня створення видання, вихід першого номеру «Александровской мысли» відбувався в складних умовах політичних перетворень у суспільстві. Автор наголошує на значній політизованості даного засобу масової інформації, у зв'язку з чим газета припиняла свою діяльність декілька разів. Та, зважаючи на значну зацікавленість містян та плідну працю місцевих журналістів, видання постійно оновлюється, час від часу змінюючи свою назву, але не забуваючи про основне завдання – інформувати населення про «життя робітників та селян», закликати свою аудиторію до побудови нового суспільного ладу та співпраці з газетою. З 1929 року видання починає видаватись українською мовою, стаючи таким чином першою україномовною газетою регіону [17, с. 114].

Для того, аби визначити вагомість видання в житті області та проаналізувати його сучасний стан, під час нашого дослідження ми взяли інтерв'ю у головного редактора газети «Запорізька правда» Н. Зворигіної та здійснили спробу проаналізувати роль даного засобу масової інформації у розвитку сучасного інформаційного суспільства.

За результатами дослідження ми дійшли висновку, що сьогодні «Запорізька правда» переживає один із найважчих часів у своїй історії та є одним з небагатьох видань в країні, які досі не завершили процес роздержавлення. Така ситуація напряду пов'язана з незацікавленістю представників влади у реформуванні газети. За словами Н. Зворигіної, коли ще у 2017 році постало питання про зміну власника, багато відомих запоріжців, у тому числі й серед посадовців, виявили бажання приватизувати дане ЗМІ з метою просування власних ідей та цілей. Однак після відмови трудового колективу виникли проблеми із отриманням нового Свідоцтва про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації. Нині тривають судові процеси та редакція досі чекає позитивних зрушень у бік здобуття самостійності та незалежності.

Сьогодні, на час реформування «Запорізької правди», редакційний колектив займається виданням іншого друкованого медіа – «Правда ZP», яке продовжує реалізацію основних цілей та завдань своєї попередниці, а саме – висвітлення новин регіону.

Повертаючись до історії вітчизняних регіональних медіа, на думку дослідників, поява перших друкованих газет в Україні зумовлювалася саме політикою та відбувалася під егідою органів влади, адже така преса відображала суто офіційну точку зору й мала суттєву перевагу над іншими виданнями [69, с. 110].

З часом кількість газет та журналів збільшувалася, з'явилася спеціалізована преса, почали видавати масові щоденні газети, які по праву можна вважати літописом українського державотворення й самоусвідомлення українського суспільства.

На цьому тлі розвивається й місцева періодика. Як один з основних елементів на шляху до комунікації населення, преса локального спрямування стає соціальним посередником. Спираючись на наукові праці С. Гуревича, місцеві друковані видання слугують найефективнішим засобом спілкування людей [8]. При цьому більшість дослідників дотримуються думки, що у майбутньому найпоширенішими видами друкованих ЗМІ в Україні стануть саме місцеві газети, як це спостерігається в інших розвинених країнах світу. Хоча у своєму дослідженні «Сучасний стан і перспективи розвитку регіональної преси в Україні» Р. Маринич дійшла висновку, що сьогодні наші вітчизняні видання дуже відстають від закордонних [37].

О. Наливайко, аналізуючи перспективи розвитку сучасних регіональних ЗМІ, говорить про те, що, наприклад, в США та Німеччині, незалежно від активного розвитку інтернет-видань, друковані засоби масової інформації все одно не здають позиції і залишаються популярними: «Як би не тиснув інтернет на друковані видання, в тих же США все одно популярними є місцеві видання, які пишуть про проблеми, які є в тому чи іншому регіоні. Загальнонаціональних видань, які працюють на весь світ, там залишилося кілька. На мій погляд, український медіа-ринок буде розвиватися за такою ж схемою» [59].

Виникнення ж місцевої друкованої преси у світі загалом не відрізняється від її зародження на теренах України. Історія розвитку газет в країнах Західної Європи тісно пов'язана з діяльністю торговельних та портових міст, де на думку П. Федченка створювались та розповсюджувались звіти та оголошення про діяльність органів влади чи комерційні повідомлення, авізо, які можна віднести до явищ ранньої друкованої періодики [65]. Подальший розвиток такої преси, спираючись на соціокультурну специфіку країн та винахід Гутенберга у XV столітті, відбувався у тісному взаємозв'язку з основними процесами державотворення, політикою та релігією.

### 1.3 Специфіка місцевих друкованих видань

Засоби масової комунікації є учасниками формування соціальної і культурної ситуації в регіонах. За визначенням А. Левченка, «великим є їх значення як життєво важливого елементу буденності, без якого більшість не уявляє свого життя. Регіональні ж ЗМІ залишаються єдиним джерелом отримання місцевої інформації» [34].

Багато дослідників погоджуються з тим, що одним із найперших завдань місцевих засобів масової інформації є необхідність відтворення, формування та збереження історичної свідомості регіону. Вкрай доречним є висвітлення у таких ЗМІ локальної інформації, адресно наближеної до кожного читача.

Окрім того, науковці зазначають, що інформація про важливі події загальнодержавного чи навіть світового характеру, відображені в регіональних засобах масової інформації, інтерпретуються через призму того, як вони вплинуть на життя конкретного регіону. Це один із базових принципів функціонування місцевих ЗМІ [33, с. 78].

Сьогодні розвиток регіональних медіа на пряму залежить від глобалізаційних процесів у суспільстві. Про це говорять дослідники О. Чернявська та Л. Змій: «Завдяки регіональним (локальним) засобам масової комунікації аудиторія отримує опосередкований досвід, який дозволяє їй виходити за межі вузького місцевого життєвого світу, залучатися через когнітивні процеси до глобального, фактично залишаючись у координатах локального. Як засоби трансляції інформації про події за межами місцевого, мас-медіа сприяють виокремленню специфічних рис та самоусвідомленню регіонального соціуму, захищаючи локальну ідентичність аудиторії, прагнуть визначати стратегії сприйняття та ставлення до зовнішнього, «чужинного», «інакшого» [68, с. 126]. Таким чином регіональні ЗМІ стимулюють свою аудиторію до саморозвитку та усвідомлення себе частиною глобального світового інформаційного простору.

На думку І. Луцюк, аби місцеві друковані видання були конкурентоспроможними та цікавими, вони мають зберігати автентичність своїх текстів та особливу соціокультурну специфіку своїх регіонів [36, с. 153]. Сюди входить і мова видання, і характерні особливості мовлення, і художнє оформлення номерів, словом – усе, з чим асоціюється конкретний засіб масової інформації.

Місцеві медіа, як зазначає І. Терещенко, сприймаються як «джерело новин регіону, спосіб проведення дозвілля, можливість орієнтуватись у своєму місті». Вони більш доступні читачам та мають більше можливостей для зворотного зв'язку зі своєю аудиторією, ніж загальнонаціональні ЗМІ. Однак часта непрофесійність таких засобів масової інформації робить їх «відсталими» та занадто «провінційними», що в свою чергу позбавляє такі ЗМІ привабливості [19, с. 118-119]. Спираючись на дослідження Київського міжнародного інституту соціології, науковець говорить, що унікальність регіональних медіа полягає у можливості висвітлення місцевої інформації в деталях, що має «...великий вплив на формування відчуття місцевої ідентичності, належності до міста / регіону...». Цей фактор встановлює тісний зв'язок між ЗМІ та його аудиторією.

Місцеві засоби масової інформації є ефективним каналом комунікації для компаній, що ведуть свою діяльність на даній території, оскільки дозволяють безпосередньо впливати на своїх споживачів. Регіональні газети завжди насичені новинною інформацією про досягнення в роботі місцевих підприємств, товариств та установ, повідомляючи про відкриття нових торговельних мереж, медичних клінік або ресторанів.

Говорячи про вітчизняний досвід функціонування місцевої друкованої преси, одним із факторів, що стримують локальні медіа від розбудови інформаційного простору регіону була їх пряма залежність від органів державної влади. Адже невчасний розрахунок за опубліковані офіційні матеріали чинив великий економічний тиск на ЗМІ. Низьке фінансування та недостатня матеріально-технічна база є саме тими чинниками, які роблять

локальну пресу неякісною, а застарілість кадрів у місцевих редакціях – непрофесійною.

Дослідник І. Паславський називає кадрову інертність регіональної преси серйозною проблемою, яка призводить до небажання приймати радикальні і сміливі рішення заради глибоких перетворень [42].

Одним із таких рішень сьогодні є можливість розширення своєї аудиторії та власне свого впливу через мережу Інтернет. Адже створюючи офіційні веб-сайти, друковані видання виходять на новий рівень. Через новітні комунікаційні платформи вони підвищують свою оперативність, знаходять нових читачів та отримують можливість ефективно співпрацювати з ними. При цьому сьогодні існує і практика дублювання власних матеріалів, і існування Інтернет-сторінок як самостійних одиниць [36, с. 153-154].

Специфічною рисою локальної друкованої преси є наявність на її сторінках великої кількості реклами, завдяки якій місцеві редакції отримують значну частину свого прибутку. Зазвичай, це пропозиції окремих товарів чи послуг приватними особами, підприємцями, фірмами чи компаніями.

Журналістикознавці зазначають, що на сторінках друкованих видань реклама сприймається набагато легше, ніж на окремих рекламних листках. А ще краще працює реклама, що лежить в основі якогось інформаційного матеріалу. Саме тому журналістську публікацію називають найпотужнішим засобом реклами [46].

З точки зору сприймання інформації та ЗМІ в цілому важливим для регіональних медіа є також його оформлення та типографіка видання. Від якісного технічного оформлення номеру залежить ступінь впливу матеріалів на читача. Протягом тривалого часу медіа виробили цілий ряд принципів технічного й художнього оформлення преси. Цими рисами та стандартами сьогодні користується більшість газет і журналів по всьому світу. Місцеві друковані видання не є винятком.



На думку В. Іванова, оформлення газети – важливий елемент діяльності редакції: «Оформлення сприяє висловленню ідеї газетного матеріалу за допомогою художніх і технічних засобів. Мета оформлення газети – ясно і просто, красиво й доступно донести до читача матеріали статей, кореспонденцій, заміток» [20].

Найтрадиційнішим у художньому оформленні газети є розмірні та постійні елементи. Сюди входять формат, обсяг видання, художні деталі та композиційно-графічне моделювання.

Як показує світова практика, найчастіше місцеві друковані газети виходять форматом А2, вітчизняна ж преса здавна користується форматом А3.

Кожне видання характеризується наявністю постійних елементів, як от дизайн газети, кольорова гамма, використання одних і тих же шрифтів для виділення заголовків тощо. Загалом, саме дотримання усіх цих деталей робить видання впізнаваним та привабливим для потенційних читачів [25].

За М. Кіцаєвою, сьогодні друкована преса змінює свій образ через «зміну її ціннісних орієнтацій, плюралізм і демократичність журналістської думки, оперативність подання інформації» [26, с. 39]. Дослідниця зазначає, що на перший план під час створення газети сьогодні виходить висвітлення факту, а не його оцінка. Таким чином ми не бачимо розвитку регіональних ЗМІ, а спостерігаємо їх «дрейф» у інформаційному просторі.

Доведено роками, що засоби масової інформації мають значний вплив на розвиток суспільства, вони формують громадську думку, висвітлюють актуальні проблеми та здобутки регіону, на території якого розповсюджуються, представляють ключові ідеї впливових осіб та створюють можливість для обміну інформацією.

Незважаючи на швидкі глобалізаційні процеси в інформаційних технологіях, одним із найвпливовіших серед інших ЗМІ вважають друковану пресу. Друкованому слову довіряють, до нього прислухаються та вважають його найбільш інтелектуальним. Дослідниця О. Хеленюк говорить, що роль

регіональних друкованих медіа в житті суспільства неможливо переоцінити. Від якості їх роботи залежить успіх цього типу преси [66].

На значному впливі місцевої преси на розвиток території наголошує і В. Карлова. Вона впевнена, що такі ЗМІ допомагають людині засвоїти важливу інформацію та сприяють визначенню із політичними, культурними чи економічними вподобаннями: «Особливо важливим є вплив ЗМІ на формування національної свідомості, оскільки вони виступають вагомим засобом створення історико-культурного інформаційного простору держави, який, по суті, є тим духовно-ідеологічним цементом, що скріплює народ у політичну націю... Однак ЗМІ можуть не лише консолідувати суспільство, а й відігравати деструктивну роль, підривати його соціально-психологічну стійкість шляхом створення і просування у масову свідомість негативних ціннісних образів, чужих вітчизняній культурі ідеалів і цінностей. Тому суспільство й держава повинні постійно дбати про нейтралізацію регресивних тенденцій в інформаційно-аксіологічному полі й мобілізувати ресурсний потенціал ЗМІ для формування такої ціннісної системи, яка змогла б забезпечити духовну єдність суспільства» [24].

За допомогою локальних засобів масової інформації відбувається взаємозв'язок в середині громади, забезпечується участь населення у прийнятті суспільно важливих рішень, висвітлюється інформація, надається можливість публічного обговорення актуальних питань.

Сучасне суспільство не може не погодитись із тим, що головна мета розвитку будь-якої територіальної громади – поліпшити життя місцевих мешканців, задовольнити їх потреби та сприяти вирішенню актуальних проблем на території. Інформація ж про виникнення таких проблем, так само, як і інформація про їх вирішення, найперше з'являється саме на сторінках місцевих газет.

Як зазначає Н. Левицька, головна мета існування локальних медіа полягає у висвітленні інформації, корисної для вирішення проблемних питань певної спільноти: «...розвиток громади – це певний підхід до

розв'язання людських проблем, який сприяє налагодженню стосунків на основі довіри, єдності та співпраці, необхідних людям для того, щоб вони могли працювати разом над усвідомленням та аналізом своїх проблем, а також знаходити справедливе та ефективне розв'язання цих проблем» [33, с. 79]. Дослідниця впевнена, що ЗМІ фактично представляють систему неформальної освіти для своєї аудиторії, адже здобуті знання формують і систему цінностей, і думку тих людей, які приймають рішення.

Місцеві засоби масової інформації є важливим інструментом інформаційного забезпечення на будь-якій території. Науковці Л. Абрамов та Т. Азарова наголошують на їх вагомій ролі у ефективності зв'язків із громадськістю: «Завдяки публікаціям у ЗМІ налагоджуються та зміцнюються зв'язки з членами всієї територіальної громади, що дозволяє формувати громадську думку, об'єднувати усіх, хто зацікавлений у прийнятті відповідного владного рішення» [1, с. 89]. На цьому фоні відкриваються широкі можливості для співпраці засобів масової інформації з керівниками владних структур, політиками чи підприємцями, громадськістю. Як наслідок – не сторінках друкованих ЗМІ та у новинних блоках ми читаємо інтерв'ю відомих людей стосовно того чи іншого актуального питання, знаходимо велику кількість рекламних матеріалів та інформацію про те, як прийняття суспільно-важливих рішень вплине на подальше життя населення.

Часто регіональні засоби масової інформації вивчають як вагомий елемент політичного процесу на території. Сьогодні питання ідентичності таких ЗМІ в житті громади та політиці розглядають крізь призму того, що журналістика – і посередник, і засіб, і учасник політичного процесу. При цьому, Н. Лунцова стверджує, що «...якщо однією з головних соціальних функцій журналістики є вираження інтересів суспільства, то політична складова її діяльності, в ідеалі, полягає у формуванні політичної культури суспільства, на основі якої відбувається грамотне і усвідомлене регулювання політичного процесу» [35]. При цьому під політичною культурою слід розуміти комплекс феноменів суспільної свідомості, знання та переконання,

що стосуються здійснення влади. Від якості виконання основних завдань засобів масової інформації під час здійснення політичної комунікації напряду залежать результати політичних процесів та розуміння їх громадою. Формуючи політичну культуру в сучасному світі ЗМІ не лише збагачують культуру загалом, а й стають особливим видом мистецтва.

Світова спільнота давно дійшла висновку, що для забезпечення належного рівня демократичного суспільства співпраця влади та ЗМІ має обмежуватись дефініцією «джерело інформації – засіб комунікації». Саме тому в розвинених країнах світу пройшло так зване «роздержавлення» засобів масової інформації – процес розширення прав ЗМІ та надання їм автономії від влади.

Аналізуючи вітчизняне правове поле функціонування регіональних засобів масової інформації, можна дійти висновку, що більшість законів та нормативно-правових документів, що регламентують діяльність таких ЗМІ потребують доопрацювання та змін. Першою ж сходинкою на шляху до таких змін і став Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», який набув чинності 1 січня 2016 року. Його основна мета – зменшити вплив держави на засоби масової інформації, прискорити процес об'єднання вітчизняного та світового інформаційного простору, створити рівні умови для функціонування ЗМІ різних форм власності та підвищити конкурентоспроможність друкованих медіа [49]. Спираючись на світовий досвід, згідно норм закону, впродовж трьох років в Україні також здійснено роздержавлення засобів масової інформації, проведено підвищення кваліфікації журналістів редакцій, що реформувались та вироблено механізми підтримки таких ЗМІ щодо забезпечення їх належного існування.

Досвід сусідніх країн з приводу роздержавлення різний. Дослідник А. Сафаров у своїй роботі «Порівняльний аналіз процесу роздержавлення друкованих засобів масової інформації в країнах Східної Європи і в Україні» зазначає, що саме роздержавлення є першою сходинкою до створення дійсно

плюралістичної демократичної держави, в якій нарешті почують думку громади, зокрема, через регіональні засоби масової інформації [55].

Говорячи про локальні медіа, дослідниця А. Левченко впевнена, що «рівень свободи мас-медіа також залежить від економічної структури регіону. У регіонах із більш розгалуженою економічною структурою, з більш значними фінансовими потоками загальний рівень свободи ЗМІ, як правило, є вищий» [34]. На практиці це пояснюється тим, що в економічно розвинених регіонах фінансове забезпечення засобів масової інформації здійснюється з різних джерел, і переважно не з державних. Отже, матеріальна свобода видань сприяє і їх незалежності.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ МІСЦЕВОЇ ПРЕСИ В УКРАЇНІ

#### 2.1 Типологія та сучасний стан друкованих ЗМІ в Україні та Запорізькій області

Друковані видання не дарма вважають незамінними для задоволення інформаційних потреб аудиторії. Будучи посередником між населенням та органами державної влади, такі засоби масової інформації інформують про найсвіжіші події з життя громади, країни, світу.

Для того, аби визначитись із основними типологічними особливостями друкованих ЗМІ, необхідно спершу розглянути загальну класифікацію друкованих видань. Таку класифікацію пропонує Державний стандарт України. Згідно нього, видавнича продукція поділяється за такими показниками: цільовим призначенням, аналітико-синтетичним переробленням інформації, інформаційними знаками, матеріальною конструкцією, обсягом, складом основного тексту, періодичністю та структурою [13, с. 3-18]. За кожною ознакою видання поділяються на види та підвиди. Відтак, одним із видів періодичних і продовжуваних видань є газета.

Вивченню типологічних особливостей газет приділили увагу дослідники В. Московцева, Р. Марнич, Л. Дудченко. Спираючись на їх науковий доробок, слід зазначити, що друковані ЗМІ розрізняються за такими параметрами: засновник, мета, вік читачів, територія розповсюдження та періодичність виходу. Такі видання можуть бути:

- суспільно-політичними;
- масовими;
- діловими;
- спеціалізованими;
- професійними;

- корпоративними.

Суспільно-політичні видання, як правило, висвітлюють важливі соціальні, політичні та економічні проблемні питання в житті суспільства. В масових виданнях зазвичай публікують інформаційні матеріали від загальносуспільних проблем до світських пліток. Ділова преса здебільшого орієнтована на представників бізнесу та інтелектуально-розвинене суспільство. Спеціалізовані та професійні видання розраховані на задоволення інформаційних потреб вузької аудиторії, працівників певної галузі чи професійних спілок. Корпоративні ж друковані ЗМІ – видання, покликані забезпечити комунікацію та корпоративну культуру на окремому підприємстві чи в організації [52].

Згідно статистичних даних Державного комітету телебачення та радіомовлення України щодо випуску друкованих ЗМІ у 1 півріччі 2019 року, до друку за відповідний період потрапили 3143 періодичні і продовжувані видання загальним тиражем – понад 600 тис. примірників, із них 1371 газета. [18]. Порівняно з тим же періодом минулого року, кількість друкованих ЗМІ в Україні збільшилась на 58 видань, хоча в окремих регіонах країни у той же час кількість преси, навпаки, зменшилась.

Такі незначні коливання пояснюються процесом реформування друкованих ЗМІ та їх редакцій в Україні і численними суспільно-політичними процесами, які відбуваються на території нашої держави.

За категорією засновників (співзасновників) друкованих засобів масової інформації переважають підприємці, асоціації, фірми, товариства тощо. За ними йдуть приватні підприємці, навчальні заклади та редакції друкованих ЗМІ.

За цільовим призначенням серед друкованих ЗМІ в Україні переважають наукові, спеціалізовані та універсальні видання, а от щодо мови видань, більшість ЗМІ віддають перевагу українській, менше – російській та українській разом з російською.

Дослідниця Р. Марнич впевнена, що аудиторія вітчизняних періодичних друкованих видань з роками все більше надає перевагу регіональним суспільно-політичними газетам: «У багатьох регіонах України аудиторія регіональної преси випереджає аудиторію загальноукраїнської за кількістю читачів одного номера видання» [37]. Історично склалося, що саме періодична преса в Україні залишається «єдиним друкованим супроводом важливих подій», тому від дотримання основних журналістських стандартів залежить інтерпретація цих подій у майбутньому.

На якість висвітлення інформації впливає чимало факторів, починаючи від кваліфікації журналістів-авторів, закінчуючи політикою видання. На сьогодні одним із головних чинників розвитку друкованих засобів масової інформації є саме роздержавлення преси як один із кроків інтеграції України до Європейського Союзу.

Станом на 30 вересня 2019 року до Зведеного переліку друкованих засобів масової інформації внесено 760 державних і комунальних ЗМІ, з них реформовано 611.

Варто зауважити, що одними із перших реформувались редакції, які тривалий період не отримували суттєвих фінансових надходжень із місцевих бюджетів. «Із загальної кількості працюючих редакцій державних і комунальних ЗМІ приблизно у 7% з різних причин не ухвалено рішень співзасновників». Відтак, лідером в процесі реформування стала Тернопільська область, а аутсайдером – Київська та Львівська [18].

Згідно моніторингу роздержавлених регіональних друкованих медіа, проведеному у квітні 2019 року Інститутом демократії імені Пилипа Орлика, місцеві засоби масової інформації у більшості регіонів України працюють недостатньо професійно: «В регіональних роздержавлених медіа погано висвітлюються соціально важливі проблеми, мало аналітики, глибини бачення проблем, пропозицій щодо їх вирішення... Місцеві ЗМІ не нехтують заробляти на «джинсі». Цікаво, що відсоток замовних матеріалів в онлайн версіях видань в кілька разів перевищує відсоток «джинсових» матеріалів на



шпальтах цих самих газет» [15]. Експерти зауважили, що працівники регіональних роздержавлених медіа переважно виконують роль статистів, подаючи своїм читачам «сухі» факти, зовсім не аналізуючи та не інтерпретуючи їх. Як висновок, ставши незалежними, місцеві медіа залишились у тісній зв'язці з владою й всіляко демонструють свою готовність інформаційно обслуговувати її.

На сьогодні уся медійна спільнота України працює над визначенням перспектив розвитку реформованих ЗМІ, адже оновлені редакції мають шукати нові джерела фінансування, знаходити новітні методи роботи та навчитися працювати в умовах здорової конкуренції. Досягнення результатів на цих етапах дозволить забезпечити стабільне функціонування таких засобів масової інформації та зробить їх цікавими для читачів.

Вагомим етапом у житті друкованих медіа є їх симбіоз із Інтернет-простором. З розвитком ІТ-технологій питання про наближення до аудиторії та розширення кола споживачів інформації стало не таким «гострим». Більшість друкованих періодичних видань вже користуються послугами Інтернету. На думку експертів, якщо спочатку вони переносили свої тексти та фотографії з друкованої версії до електронної, то сьогодні для сторінок в Інтернеті створюються окремі публікації із додаванням мультимедійних зображальних засобів [61].

В Україні нині триває пошук найоптимальніших шляхів розв'язання цілого ряду питань стосовно урегулювання норм функціонування електронних ЗМІ. Журналісти щодня шукають відповідь на запитання щодо того, чи збережуть в майбутньому газети свою традиційну форму, або ж повністю перейдуть на електронну площину. Як зазначає науковець В. Ковалевський, підтримка держави може позитивно вплинути на функціонування всієї медіасфери: «Для цього необхідно вдосконалювати інформаційне законодавство, розробити Стратегію розвитку інформаційної сфери, посилювати вимоги до якості інформаційного продукту, підтримувати програми, спрямовані на підвищення консолідації суспільства і підтримку

його цінностей» [27, с. 110]. Визначення з етапами майбутньої розбудови ЗМІ та залучення громадськості до прийняття найважливіших державних рішень забезпечить належний рівень функціонування українського інформаційного простору та дозволить йому стати частиною розвиненого європейського суспільства.

Незважаючи на поступову динаміку зростання кількості зареєстрованих ЗМІ в Україні, число тих видань, які друкуються, продовжує падати. Таке явище пояснюється фінансовою неспроможністю та незацікавленістю редакцій у подальшому випуску ЗМІ, а також – у створенні тимчасових видань, наприклад, під час проведення виборчого процесу в країні.

За інформацією Управління державної реєстрації Головного територіального управління юстиції у Запорізькій області, станом на вересень 2019 року, на території регіону офіційно зареєстровано 623 друкованих засоби масової інформації місцевої сфери розповсюдження [43].

Згідно даних Державного комітету телебачення та радіомовлення України, протягом січня-червня 2019 року у Запорізькій області випускалось лише 114 друкованих ЗМІ, загальним тиражем – понад 27 тис. екземплярів [18]. Тобто, фактично функціонують у регіоні лише 1/6 офіційно зареєстрованих видань.

Не можна не назвати вагомим засобом масової інформації на території електронні ЗМІ, значна частина з яких – офіційні Інтернет-версії друкованих газет.

Формування та розвиток преси запорізького краю від самого її зародження напряду залежали від складних політичних та ідеологічних процесів у суспільстві в умовах постійного іноземного панування. Проявами таких процесів були численні утиски та дискримінація. Серед чинників, що ускладнювали розвиток запорізької преси, Т. Хітрова називає такі: «цензурні заборони, складну систему отримання дозволу на право випуску видання, недостатність технічної бази, відсутність кваліфікованих кадрів редакторів та журналістів» [67]. Крім того, сповільнювало роботу й складне

адміністративно-територіальне розмежування регіону між Катеринославською та Таврійською губерніями (Олександрівський, Бердянський та Мелітопольський повіти).

Основними типоформувальними факторами першої преси краю дослідниця вбачає залежність від власника (видавця), читацьку аудиторію та мету видання. «В залежності від характеру видавця місцева преса була представлена такими групами – офіційна, приватна, партійна, громадських, наукових і фахових товариств. Перша типологічна група періодики, що з'явилася на Запоріжжі, була представлена офіційними виданням місцевих адміністративних установ, підпорядкованих земствам. Їх основана мета була зумовлена необхідністю поширення офіційної інформації. Відповідно, коло користувачів цієї інформації було досить вузьким, перш за все це чиновники земських управ і губернського управління, посадові особи, службовці, власники підприємств та ін. Проблемно-тематичні матеріали, що подавалися на сторінках офіційних видань, стосувалися всебічного місцевого життя, це були публікації з географії, топографії, історії, археології, статистики, етнографії, торгівлі, а також приватні оголошення та загальнокорисні поради. Поширюючи і утверджуючи офіційну точку зору на події у своїй місцевості та країні, ця преса слугувала директивним документом для діяльності державних установ» [67]. Швидкий промислово-економічний розвиток регіону на початку ХХ століття сприяв виникненню приватної преси, а розвиток культурно-духовного життя – появі громадських, наукових та фахових видань.

Дослідниця І. Герман, аналізуючи типологічну специфіку місцевої Запорізької преси ХХ століття, виділила такі типи газетно-журнальних видань: «партійні, селянські, робітничі, молодіжні (комсомольські), професійно-виробничі, літературно-мистецькі (літературно-художні); дитяча преса, як тип періодики, представлена лише у вигляді так званих «сторінок» і додатків» [7]. Всі ці видання поділялись, відповідно, за територіальними,

мовними ознаками, періодичністю, способами впливу на читача, змістом та іншими показниками.

На думку дослідниці, з часом, найвагомішу нішу серед інших видів друкованих засобів масової інформації регіону зайняла саме спеціалізована (фахова) преса, присвячена життю звичайних запорізьких робітників та висвітленню новин про промислові здобутки краю. Найхарактернішою ознакою таких медіа стала «система суворого партійного керівництва ЗМІ», а в більшості опублікованих матеріалів провідною стала тема пропаганди ідеології панівної влади [7].

Поступово, спираючись на підвищення соціальної активності громадян та демократизацію суспільства, відбувалась переоцінка журналістського слова й зміна напрямку діяльності періодичних видань загалом. С. Панченко говорить, що «суспільно-політичні зрушення в суспільстві, процеси демократизації посприяли виникненню великої кількості нових тем, що раніше не висвітлювалися засобами масової комунікації» [41]. До таких тем відносяться актуальні суспільні проблеми: дотримання прав і свобод громадян, страйки, активізацію створення неформальних об'єднань, поширення соціальних хвороб та ін.

Під впливом політичних перетворень найбільш активні місцеві засоби масової інформації змінювались на газети незалежної України. Як от «Комсомолец Запоріжжя» трансформувався в один із найпопулярніших тиражних часописів регіону – газету «МИГ», а «Александровская мысль» – в «Запорізьку правду» [41].

За даними Інституту масової інформації, сьогодні на території Запорізького регіону ми бачимо велику кількість друкованих засобів масової інформації, які мають певний суспільний вплив на своїх читачів. Найпопулярніші серед них – «МИГ», «Индустриальное Запорожье», «Запорозька Січ», «Верже» та «Позиция».

Також популярними є близько 20-ти Інтернет-ресурсів, які по праву можна віднести до ЗМІ: «Голос Запорожья», «061.ua», «Депо.Запорожье»,

«Пороги», «Забор», «Акцент», «Актуально» та інші. При цьому, багато з цих засобів масової інформації мають свої сторінки в соціальних мережах, де активно публікують власні матеріали та напряду спілкуються з підписниками [11].

Дослідники, які вивчали проблематику регіональних ЗМІ в Запорізькій області, дійшли висновку, що більша частина друкованих засобів масової інформації, які виходять на території регіону – російськомовна, частина виходять відразу і російською, і українською. При цьому, україномовна преса значно відстала і втратила попит аудиторії [7].

На наш погляд, сьогодні твердження, що ЗМІ, основною мовою яких є українська, не можуть втримати свого читача, хибне. Адже за останні роки, на тлі відтворення споконвічних українських звичаїв та утвердження національної ідеї в широких масах, україномовна газета отримала «друге дихання».

Особливістю сучасних запорізьких друкованих видань дослідники називають їх належність не політичним елітам, а тяжіння до найбільших «промислових гігантів» регіону – ПАТ «Запорізький металургійний комбінат «Запоріжсталь», ПАТ «Мотор Січ» чи ЛГЗ «Хортиця». Хоча, власники цих підприємств безпосередньо відстоюють певні політичні інтереси в Україні. Це природно впливає на інформаційне насичення відповідних ЗМІ та відтінок висвітлюваного ними контенту [11].

Підводячи підсумки моніторингу роздержавлених регіональних медіа, дослідники Інституту демократії імені Пилипа Орлика дійшли висновків, що лідером серед локальних друкованих видань Запорізької області є газета «Таврія», що виходить у м. Токмак. Після процесу роздержавлення журналісти видання знайшли нові шляхи розвитку свого ЗМІ, почали активно використовувати новітні інформаційні технології, тим самим залучивши до створення газети всіх своїх читачів, а ще – створили у місті «Школу молодого журналіста» [58].

З кожним днем норми в роботі місцевих редакцій поступово змінюються, змінюються і стосунки з органами влади. Сьогодні, поряд із утвердженням головних журналістських стандартів, запорізькі медійники шукають нові шляхи розвитку своїх видань, знаходяться у постійному пошуку нових джерел фінансування. Та зміни загальної ситуації у медіапросторі можливо досягти лише об'єднавши сили, адже ключ до розвитку й вдосконалення – запозичення нових ідей та щодення плідна праця.

## **2.2 Специфіка функціонування газети «Нова Таврія»**

Для того, аби визначитись із місцем того чи іншого засобу масової інформації в житті суспільства, зокрема, на шляху до побудови якісного інформаційного простору, необхідно дослідити специфіку створення ЗМІ та проаналізувати журналістські матеріали у такому виданні, його художньо-композиційну будову.

Василівський район Запорізької області завжди славився своїми працьовитими людьми, відомими туристичними місцями й родючими землями. Саме ці теми з року в рік є провідними на шпальтах місцевих друкованих видань.

Згідно інформації Управління державної реєстрації Головного територіального управління юстиції у Запорізькій області, на сьогодні, на території Василівського району зареєстровано п'ять друкованих ЗМІ, з яких фактично виходять три: газета «Рабочее слово» – російськомовне загальнополітичне (корпоративне) видання, засновником якого є ПрАТ «ЗЗРК»; газета «Нова Таврія» – фактично районне україномовне громадсько-політичне видання(засновник – ТОВ «Редакція газети «Нова Таврія»); газета «Балківські вісті» – україномовне загальнополітичне видання, засноване фізичною особою [43]. За цими ж даними, найбільший тираж має газета «Нова Таврія» – 3500 примірників.

Аналізуючи інформаційне наповнення цих газет, приміром видання «Нова Таврія», помітно, що поряд із матеріалами про актуальні події на території району широко висвітлюється інформація щодо діяльності органів державної виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, робиться акцент на їх участі у різних масових та культурних заходах (детальніше про це у таблиці 2.3.2).

Така залежність від місцевих органів влади пояснюється тим, що до останнього часу засновниками подібної місцевої преси в Україні були саме владні структури. Після набуття чинності Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», з 1 січня 2016 року такі ЗМІ здебільшого стали самостійними з метою зменшення на них впливу держави та забезпечення рівних умов для функціонування. Однак, навіть після проведення «роздержавлення», на думку багатьох дослідників та журналістикознавців, реформовані засоби масової інформації не позбулись тісного взаємозв'язку з державними структурами, продовжуючи наслідувати вже пережиту епоху.

Газета «Нова Таврія» була заснована у 1932 році як «орган районного комітету комуністичної партії та районної ради депутатів трудящих». Сільські трударі взяли найактивнішу участь у визначенні назви газети, і більшість засновників зупинилась на «Колгоспній бригаді». Сьогодні перший випуск видання зберігається в архівних сховищах Національної бібліотеки ім. академіка Вернадського в Києві. Після Другої світової війни та звільнення території від німецько-фашистських загарбників газета змінила назву на «Ленінець», а після 90-х років ХХ століття була перейменована на «Нову Таврію» [54].

Сьогодні видання виходить двічі на тиждень: у середу на 4 сторінках та в суботу здебільшого на 6 сторінках. Для того, аби детальніше проаналізувати його специфіку, ми дослідили випуски газети за січень-вересень 2019 року. Попередній огляд та аналіз матеріалів проведено за допомогою методу контент-аналізу. Для вивчення було обрано кожен

перший номер місяця. Таким чином, більшість постійних елементів та тематичних матеріалів видання мали рівноцінну можливість потрапити до вибірки.

У таблиці 2.3.1 представлено результати контент-аналізу дев'яти номерів газети «Нова Таврія» за досліджуваний період. Наведені цифри показують відсоткове співвідношення тематичних публікацій на сторінках видання.

Таблиця 2.3.1

Тематика публікацій, розміщених у газеті «Нова Таврія» за січень-вересень 2019 року

№ п/п	Розділи	Тематика	Загальна кількість матеріалів	Загальний відсоток матеріалів
1	2	3	4	5
1	Політика	Передвиборна агітація	16	4
		Інформація про діяльність місцевих органів влади	36	9
		Інформація про діяльність обласних органів влади та уряду/президента	8	2
2	Соціальна сфера	Медицина	3	0,75
		Освіта	7	1,75
		Соціальних захист населення	8	2
		ЖКГ	7	1,75
3	Культура		9	2,25
4	Спорт		8	2
5	Сільське господарство	Інформація про перебіг с/г робіт	4	1
		Інформація про діяльність окремих сільських господарств	5	1,25
6	Кримінал		4	1
7	Історії з життя	Історії про життя старожилів району	4	1
		Історії про місцевих мешканців	3	0,75
		Історія рідного краю	1	0,25
9	Сезонні матеріали		40	10
10	Реклама та оголошення		131	32,75
11	Привітання та некрологи		106	26,5

Отримані результати свідчать про те, що редакція газети надає перевагу розміщенню на шпальтах видання реклами та оголошень, а також



привітань і некрологів. Як показує вітчизняна практика, публікація таких матеріалів не випадкова, адже є одним з найбільших джерел отримання прибутків місцевими газетами.

До реклами належить інформація щодо пропозиції окремих послуг чи товарів, а до оголошень – афіші, запрошення та короткі інформаційні повідомлення для публічного ознайомлення, адресовані певному колу осіб. Зазвичай, такі матеріали розміщуються на останній сторінці видання.

Аналіз показав, що привітання часто публікують і на перших, і на останніх шпальтах газети, а от некрологи – лише на останніх.

Близько 10% матеріалів стосуються сезонної тематики, як от публікації про історію Різдва та традиції святкування Нового року, розміщені на сторінках січневого номеру, чи замітки про небезпеку спалювання сухої стерні у найпосушливіший період літа.

Вагомий відсоток серед загальної кількості матеріалів стосується інформації про діяльність місцевих органів влади (9%). Сюди належать публікації про проведення посадовцями особистих прийомів громадян, «прямих» телефонних ліній, а також відвідування ними культурно-мистецьких заходів, мешканців району, фермерських господарств, інтерв'ю з керівниками органів місцевого самоврядування, присвячені вирішенню найпроблемніших питань на території.

Часто такі матеріали розміщуються на першій, другій та третій сторінках видання, залежно від важливості теми. Крім того, до тексту додаються й фотографії, що підкріплюють опубліковану інформацію.

Через те, що на досліджуваний нами період припало проведення президентських та парламентських виборів на території України, значний відсоток матеріалів (4%), розміщених на сторінках видання, стосувався передвиборчої агітації претендентами на зайняття відповідних посад, стану проведення виборчих компаній та безпосереднім результатам політичних перегонів. Тематичні інформації розміщено, переважно, на першій, другій та третій сторінках газети.

Решта матеріалів стосується висвітленню теми культури й спорту на території району, зокрема щодо проведення різноманітних концертів, святкових вечорів, конкурсів та змагань. Розміщення подібних публікацій відбувається пропорційно на усіх сторінках газети.

Темі сільського господарства, за даними нашого дослідження, журналістами «Нової Таврії» приділено зовсім небагато уваги. Тематичні матеріали висвітлювались лише у літніх номерах. Хоча, варто зазначити, що в кожному номері видання з червня по вересень розвиток аграрної галузі на території району зазвичай – провідна тема.

В загальному еквіваленті, розвитку медицини, освіти, житлово-комунального господарства чи історії приділяється найменше уваги. Хоча матеріали, присвячені цим темам, розміщені в кожному номері видання.

Висвітлення ж кримінальної теми відбувається лише в тому випадку, якщо подія набуває найбільшого резонансу серед населення.

За результатами аналізу, розміщеними у таблиці 2.3.2, майже 90% новин на шпальтах «Нової Таврії» мають місцевий характер. Це свідчить про орієнтацію редакційної політики на задоволення інформаційних потреб своїх читачів.

*Таблиця 2.3.2*

Географічні характеристики новин, опублікованих у газеті «Нова Таврія» за січень-вересень 2019 року

<b>№ п/п</b>	<b>Новини</b>	<b>Загальна кількість матеріалів</b>	<b>Загальний відсоток матеріалів</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Місцеві новини	91	89,21
2	Обласні новини	5	4,9
3	Всеукраїнські новини	6	5,88
4	Новини світу	-	0

До новин ми віднесли матеріали, присвячені висвітленню актуальної інформації: невеликі так більш широкі інформаційні повідомлення щодо вирішення тих чи інших актуальних питань. Місцеві новини, в більшості

випадків, стосувались проведення публічних та масових заходів, виникнення зон соціальної напруги серед населення. Обласні та всеукраїнські новини присвячені переважно висвітленню змін у сфері соціального захисту, роботі керівників органів державної влади, результатам виборів у державі та ін.

Для визначення специфіки видання також варто розглянути жанрові особливості матеріалів, розміщених на його сторінках та композиційно-художню складову верстки.

Найчастіше місцеві ЗМІ роблять ставку на короткі інформаційні жанри, ніж на великі критичні чи аналітичні матеріали. Як показують результати нашого дослідження, основу номерів газети «Нова Таврія» складають замітки, кореспонденції, інтерв'ю, рідше – репортажі з місця подій.

До заміток можемо віднести короткі матеріали, в яких описано певну подію та дано відповідь на запитання «що трапилось?». До таких матеріалів належать публікації: «Назустріч клієнту» (№ 8 (11301) від 02.02.2019), «Основна сесія ЗНО» (№ 34 (11327) від 11.05.2019), «Катерина Колесник – знову чемпіонка!» (№ 40 (11331) від 01.06.2019) та інші. Найчастіше, у таких замітках просто розповідається про подію, що відбулась без додаткових висловлювань автора.

Наприклад, у замітці «І красиві, і розумні» (№ 8 (11301) від 02.02.2019) автор розповідає про завершення районного етапу фестивалю ораторського мистецтва «Заговори, щоб я тебе побачив», перше місце в якому здобули вихованці закладу дошкільної освіти Василівської міської ради. У повідомленні розповідається про мету конкурсу, завдання, які виконували учасники та згадуються імена дітей, які зайняли інші призові місця. Замітка коротка, а наочності їй додає фотографія учасників (див. *рис А.1.*).

У кожному номері видання зустрічаються й більш розгорнуті інформаційні матеріали – інформаційні кореспонденції, що докладніше розповідають про подію, але не аналізують її. До кореспонденцій можна віднести матеріали: «Новорічне відлуння добрих сердець» (№ 1 (11294) від 05.01.2019), «З Днем народження, Степногірськ!» (№ 34 (11327) від

11.05.2019), «Під одним дахом» (№ 57 (11348) від 03.08.2019) тощо. Зокрема, в останньому матеріалі розповідається про конфліктну ситуацію, що сталась у м. Василівка через «переселення» сімейних лікарів (колишніх педіатрів) з приміщення, яке вони займали роками. Автор публікації детально розповідає про події, що передували «переселенню», акцентує увагу на виникненні зони соціальної напруги серед населення та підкріплює повідомлення коментарем головного лікаря Василівського центру первинної медико-санітарної допомоги стосовно події (див. *рис А.2.*). Подібна кореспонденція дуже схожа до подієвої замітки, але більш широко та детально висвітлює ситуацію, яка сталась.

Варто зазначити, що такий жанр журналістики як інтерв'ю (інформаційне чи аналітичне) дуже популярний на сторінках газети «Нова Таврія». За допомогою нього редакція видання розповідає про актуальні питання у сфері освіти, сільського господарства, екології. В таких випадках співрозмовником кореспондента є компетентна особа, найбільш поінформована стосовно тієї чи іншої ситуації. Приклади інтерв'ю на сторінках видання: «Досвід ізраїльтян допоможе» (№1 (11294) від 05.01.2019), «Полігон ТПВ: «за» і «проти» (№ 8 (11301) від 02.02.2019), «Земля віддячує дбайливим і потребує стимулу від держави» (№ 16 (11309) від 02.03.2019) тощо.

Прочитавши інтерв'ю з Василівським міським головою Л. Цибульняк, «Полігон ТПВ: «за» і «проти», передплатники «Нової Таврії» дізнаються про перебіг актуального для містян питання щодо будівництва на території міста полігону твердих побутових відходів. На початку публікації автор наголошує на резонансності питання та ставить за мету розібратись у ситуації. За допомогою інтерв'ю (як методу збору інформації, так і жанру журналістського матеріалу) читачі дізнаються про проблему, події, що їй передували та можливості її вирішення (див. *рис А.3.*).

Жанр репортажу рідше використовується місцевими журналістами, але також зустрічається на газетних шпальтах «Нової Таврії». Зазвичай, у

форматі репортажу висвітлено інформацію про проведення культурно-мистецьких заходів («Під вітрилами добра» (№ 24 (11317) від 04.04.2019) чи відвідування ветеранів району з нагоди святкування Дня Перемоги й Дня пам'яті та примирення («Пам'ять серця...пам'ять сивини» (№ 34 (11327) від 11.05.2019)). Останній матеріал, на наш погляд, є прикладом вдалого репортажу. Адже автор через детальний опис події та за допомогою численних засобів виразності розповідає читачам про відвідування керівниками району та органів місцевого самоврядування ветеранів району, людей, які пройшли Другу світову війну та брали безпосередню участь у відбудові держави, області та району після визволення від німецько-фашистських загарбників. У матеріалі розповідається про буденність ветеранів та те, чим вони живуть сьогодні. Наочності та ефекту присутності додають ліричні відступи, міркування автора (без згадки про його участь у події) та численні фотографії з відвідування (див. *рис А.4.*).

Рідше на сторінках газети можна зустріти окремі художньо-публіцистичні жанри, наприклад, замальовки, присвячені розповідям про старожилів району чи місцевим мешканцям, які зробили вагомий внесок у розвиток території («Стежки її долі» (№ 57 (11348) від 03.08.2019)).

Варто зазначити, що в кожному номері видання розміщується телепрограма найпопулярніших загальнонаціональних та регіональних каналів.

Композиційно-графічний аналіз газети «Нова Таврія» показав, що видання є типовим прикладом вітчизняної місцевої газети.

Формат засобу масової інформації – А3, що є традиційним для такого виду медіа. Його назва відображає територіальну приналежність до місцевості. Адже територія Василівського району є частиною споконвічних Таврійських степів Запорізької області.

Видання має стійку композицію номерів. Шрифти, які застосовують для оформлення тексту й заголовків, повторюються в кожному номері. Розмір кеглю та інтервали також постійні.

Окрім цього, газета має й інші повторювані елементи, що робить її впізнаваною та знайомою читачам. Сюди належать і формат першої сторінки, і загальне оформлення постійних рубрик: «Офіційно», «Телеекран», «Помічник» тощо.

Верстка видання переважно брускова, що складається з традиційних прямокутних полос. Для неї характерні високі «свічки» та низькі «підвали» і «горища».

Щодо колористики газети, вона повністю чорно-біла. Це пояснюється малим бюджетом видання. Хоча перші сторінки святкових номерів часто виходять повнокольоровими чи в якомусь окремому кольорі.

Незважаючи на те, що на території Василівського району відсутній єдиний інформаційний портал у мережі Інтернет, багата історією газета «Нова Таврія» не створила власного онлайн відповідника. У соціальній мережі Facebook є офіційна сторінка видання, якою керує безпосередньо головний редактор. Однак інформаційне наповнення цієї сторінки ведеться вкрай повільно. Таким чином, втрачається можливість спілкування з потенційними читачами, яке сьогодні відбувається, як і десятки років тому, через листування та телефонні дзвінки.

### **2.3 Газета «Районка»: особливості діяльності**

Аналіз загальнополітичного щотижневого друкованого видання «Районка» (Пологівський район Запорізької області), створеного у 2006 році ТОВ «Телерадіокомпанія «Славія», дає підстави стверджувати, що його інформаційне наповнення відрізняється від роздержавлених медіа. Зокрема, основу інформаційних матеріалів зазначеного вище ЗМІ становлять замітки, кореспонденції, інтерв'ю та репортажі, присвячені суспільному та культурному життю району, найчастіше – без згадки про представників влади.

Саме ж товариство з обмеженою відповідальністю «Телерадіокомпанія «Славія» було засноване у 2003 році одним із найбільших у Європі підприємством з переробки олійних культур ПрАТ «Пологівський олійноекстракційний завод» як засіб висвітлення діяльності фірми через ЗМІ. У 2005 році ТОВ «Телерадіокомпанія «Славія» (м. Пологи) та ТОВ «Радіокомпанія «Ностальжі» (м. Запоріжжя) було визнано переможцями на користування частотою 104,3 МГц у м. Пологи. Так було створено місцеве розважально-інформаційне радіо «Славія» [62].

Від самого початку створення газета «Районка» висвітлювала інформацію про найважливіші події в житті міста та району.

За інформацією Управління державної реєстрації Головного територіального управління юстиції у Запорізькій області, сьогодні на території Пологівського району зареєстровано п'ять друкованих періодичних видань. З них фактично виходить два: загальнополітична газета «Пологівські вісті», заснована у 30-х роках ХХ століття районним комітетом комуністичної партії (у 2017 році пройшла перереєстрацію, засновником стала ТОВ «Редакція газети «Пологівські вісті») та, безпосередньо, газета «Районка» [43].

Сьогодні газета «Районка» видання виходить щовівторка на 16 сторінках тиражем понад 4500 екземплярів. Повнокольоровим є друк першої, восьмої, дев'ятої та останньої сторінок видання, решта шпальт – чорно-біла.

Для того, аби дослідити специфіку цієї газети, за аналогією до аналізу попереднього видання, ми обрали кожен перший номер місяця за січень-вересень 2019 року та за допомогою методу контент-аналізу простежили тематичну закономірність публікацій, географію опублікованих новин, жанрове розмаїття журналістських матеріалів, а також типографіку та художньо-композиційну будову номерів.

Згідно результатів дослідження, розміщених в таблиці 2.4.1, тематика публікацій розподілилась таким чином.

Таблиця 2.4.1

Тематика публікацій, розміщених у газеті «Районка» за січень-вересень 2019 року

№ п/п	Розділи	Тематика	Загальна кількість матеріалів	Загальний відсоток матеріалів
1	2	3	4	5
1	Політика	Вибори	20	7,46
		Інформація про діяльність місцевих органів влади	7	2,61
		Інформація про діяльність обласних органів влади та уряду/президента	1	0,37
2	Соціальна сфера	Медицина	14	5,22
		Освіта	15	5,59
		Соціальних захист населення	14	5,22
		ЖКГ	6	2,23
3	Культура		7	2,61
4	Спорт		4	1,49
5	Сільське господарство	Інформація про перебіг с/г робіт	0	0
		Інформація про діяльність окремих сільських господарств	0	0
6	Кримінал		21	7,83
7	Історії з життя	Історії про життя старожилів району	0	0
		Історії про місцевих мешканців	17	6,34
		Історія рідного краю	1	0,37
9	Сезонні матеріали		40	14,92
10	Реклама та оголошення		27	10,07
11	Привітання та некрологи		74	27,61

Значний відсоток (7,46%) серед інших матеріалів у номерах мають замітки виборчої тематики. Сюди належить не лише передвиборча агітація кандидатів на відповідні посади, а й моніторинг виборчих перегонів та оприлюднення результатів виборів.

Рідше, у відсотковому співвідношенні, на сторінках «Районки» зустрічаються матеріали про діяльність органів влади. До таких публікацій належить висвітлення регуляторних актів органів місцевого самоврядування та інформація про участь представників влади у масових культурних заходах.

Близько 15% матеріалів сезонної тематики. Сюди ми віднесли публікації з нагоди пам'ятних дат та державних свят, різноманітні кулінарні та інші матеріали, що не стосуються решти визначених тем.



Понад 5% від решти матеріалів у виданні займають публікації про культуру, освіту, медицину, соціальний захист населення. А от 6,34% – матеріали, присвячені історіям з життя місцевих мешканців. Наприклад, у матеріалі «Наш земляк – герой Небесної сотні» (№ 32 (675) від 07.08.2019) автор розповідає про Максима Горошишина, мешканця одного з населених пунктів району, який загинув відстоюючи європейський вибір України під час Революції Гідності у 2014 році. У тексті подано біографію героя, його життєвий шлях та мету, з якою юнак подався до Києва у складний для нашої країни час (див. *рис А.5.*).

Окремо ми розглянули рекламні матеріали та оголошення, опубліковані на сторінках видання. Варто зазначити, що, на відміну від газети «Нова Таврія» у «Районці» існує окрема рубрика «Толкучка#rayonka.com», яка займає переважно чотири газетні шпальти. Саме під цією рубрикою публікуються реклама та оголошення. Часом, їх кількість сягає понад 300 публікацій у номері, при цьому оголошення може складатися лише з одного рядка. Тому до результатів аналізу (10,07%) ми віднесли лише ті рекламні оголошення, які були розміщені окремо від даної рубрики.

Крім того, під рубрикою «Толкучка#rayonka.com» розміщується також кримінальна хроніка (7,83%) та розважальна сторінка (кросворд, гороскоп тощо).

Як видно з таблиці, найбільший відсоток серед усіх публікацій займають привітання та некрологи. Це пояснюється тим, що розміщення таких матеріалів завжди платне. І як джерело фінансування є дуже актуальним, особливо для місцевих друкованих ЗМІ.

Щодо некрологів, вони, зазвичай, одного розміру, з використанням фото померлих та розміщуються переважно на передостанніх сторінках видання.

Привітання ж, на відміну від аналогічних матеріалів, розміщених на сторінках газети «Нова Таврія», публікуються переважно на першій сторінці

номера, а також на інших повнокольорових шпальтах. Такі матеріали завжди яскраво оформлені, із зображенням особи, якій адресовано привітання.

Якщо говорити про географію висвітлення подій, опублікованих на сторінках газети «Районка», то майже 100% таких публікацій мають місцевий характер. Це яскравий показник орієнтації видання на задоволення інформаційних потреб своєї аудиторії. Результати цього аналізу розміщені у таблиці 2.4.2.

Таблиця 2.4.2

Географічні характеристики новин, опублікованих у газеті «Районка» за січень-вересень 2019 року

№ п/п	Новини	Загальна кількість матеріалів	Загальний відсоток матеріалів
1	2	3	4
1	Місцеві новини	126	97,67
2	Обласні новини	1	0,77
3	Всеукраїнські новини	2	1,55
4	Новини світу	-	0

До місцевих новин належить інформація, присвячена актуальним подіям в житті громади, кримінальна хроніка регіону та ін. Обласні новини – інформаційні матеріали про роботу керівників обласної виконавчої влади, а щодо всеукраїнських новин – сюди входить інформація про реформи у сфері медицини та освіти, а також публікації з приводу перебігу бойових дій у зоні проведення АТО та ООС на Сході України.

Крім того, у досліджуваних номерах оприлюднено інформацію екологічної тематики, чого майже не простежувалось у газеті «Нова Таврія».

Аналізуючи жанрове розмаїття видання, ми дійшли висновку, що найбільш розповсюджуваними на сторінках газети «Районка» є інформаційні жанри: замітки, кореспонденції, репортажі, інтерв'ю та опитування.

До заміток належать матеріали «Навіть з інвалідністю військові можуть служити в армії» (№ 10 (653) від 27.02.2019), «Пологівські пенсіонери вже в

квітні отримають другу частину разової допомоги» (№ 14 (657) від 03.04.2019), «На Пологівщині буде ще одна громада» (№ 32 (675) від 07.08.2019) та ін. Наприклад у останній замітці автор розповідає про те, що Запорізька обласна державна адміністрація надала висновок щодо відповідності Конституції та законам України проектів рішень стосовно добровільного об'єднання територіальних громад Федорівської та Новоселівської сільських рад Пологівського району в об'єднану територіальну громаду з адміністративним центром у селі Федорівка. Замітка невелика та коротко повідомляє про подію (див. *рис А.6.*).

Часто на шпальтах видання зустрічаються і кореспонденції: «Жебракування – ризиковий заробіток чи просто звичка?» (№ 36 (679) від 04.09.2019), «Що зміниться в Україні з 1 липня?» (№ 27 (670) від 03.07.2019), «Чи не бажаєте диво-птицю задешево?» (№ 18 (661) від 01.05.2019) тощо.

Зокрема, у матеріалі «Цукор краще підкупити» (№ 32 (675) від 07.08.2019) автор, спираючись на прогнози експертів, розповідає про подорожчання цукру в Україні. При цьому, свою думку він підкріплює інформацією профільних відомств та НАЦУ «Укрцукор». Цікавим у публікації є короткий інформаційний вріз стосовно інформації, де в Україні знаходяться найбільші посіви цукрових буряків (див. *рис А.7.*).

Нерідко кореспонденти «Районки» користуються і таким жанром журналістики як стаття: «Коли відкриють міст між Пологами та Гуляйполем?» (№ 36 (679) від 04.09.2019), «Залізничній лікарні – бути!» (№ 18 (661) від 01.05.2019), «Вибори в ОТГ: голосуємо за свій завтрашній день» (№ 23 (666) від 05.06.2019) та ін.

Приміром, у матеріалі «Залізничній лікарні – бути!» автор, ґрунтовно аналізуючи факти щодо питання функціонування КУ «Пологівська залізнична лікарня», доносить до читача думку про те, що заклад, фахівці якого багато років лікували місцевих мешканців, все ж не закрийється, не зважаючи на те, що коштів з районного чи державного бюджетів на подальшу роботу лікарня не отримала. За допомогою низки аргументів,

зокрема аналізу нової медичної реформи в Україні, інформації про акредитацію та ліцензування закладу, розбору його фінансування та короткого коментаря голови Пологівської районної державної адміністрації А. Крупського, журналіст повідомляє, що найближчим часом лікарню просто приєднають до державних медичних установ, які також функціонують на території м. Пологи, розширюючи таким чином можливості закладів та оптимізуючи роботу лікарів. Характерними жанровими особливостями матеріалу є дослідницький підхід автора щодо вивчення ситуації (див. *рис А.8.*).

Жанр інтерв'ю у виданні традиційно використовується для висвітлення актуальних питань з розвитку суспільно-важливих галузей та для висвітлення історій з життя місцевих мешканців. До інтерв'ю належать публікації: «Анна Дуб: «Я завжди готова до діалогу з пацієнтом» (№ 10 (653) від 27.02.2019), «Дарина Бодня (Боярко): «Головний секрет успіху – любити свою справу» (№ 36 (679) від 04.09.2019).

Варто зазначити, що в кожному номері видання розміщуються опитування місцевих мешканців стосовно їх ставлення до тієї чи іншої суспільно-важливої проблеми: «Як пологівці ставляться до параду рівності ЛГБТ-спільноти? (№ 27 (670) від 03.07.2019), «Які улюблені місця для відпочинку у нашому місті?» (№ 32 (675) від 07.08.2019), «Літо промайнуло. Що особливого для вас відбулося?» (№ 36 (679) від 04.09.2019) тощо.

Крім того, в кожному номері «Районки» розміщуються матеріали в художньо-публіцистичному жанрі, авторами яких є як журналісти газети, так і дописувачі видання: «Люба невістка» (№ 32 (675) від 07.08.2019), «Убивче кохання» (№ 36 (679) від 04.09.2019) чи «Ти мені віриш?» (№ 14 (657) від 03.04.2019). Зазвичай, це короткі замальовки, нариси та есе, вигадані чи правдиві історії, які розповідають читачам про споконвічні людські цінності, почуття та переживання.

Наприклад, у замальовці «Люба невістка» автор розповідає про історію з життя сімейної пари, знайомство невістки зі свекрухою та розвиток їх

взаємовідносин. У матеріалі автор користується характерними для жанру засобами виразності та образністю (див. *рис А.9.*).

Варто зауважити, що кожна перша сторінка газети «Районка» містить анонс публікацій, розміщених на інших шпальтах видання. У всіх номерах наявні сторінки з телепрограмою, короткі врізки, присвячені погоді, гороскоп та ін.

Також, кожен номер має свої постійні елементи. Зокрема, короткі повідомлення про народжуваність та смертність на території району протягом минулого тижня, інформацію про кількість пар, які побралися, та подружжя, які розлучились. Зазвичай, такі повідомлення розміщуються внизу другої сторінки та мають сталий дизайн.

Композиційно-графічна будова видання також усталена роками. Так само, як і на сторінках газети «Нова Таврія», шрифти, якими оформлено текст та заголовки, повторюються. Розмір кеглю та інтервали також постійні.

Верстка видання – вертикальна, також переважно брускова та складається з традиційних прямокутних полос.

Щотижнева загальнополітична газета «Районка» Пологівського району має свій офіційний веб-сайт та офіційну сторінку в мережі Facebook. На них щодня розміщуються матеріали стосовно актуальних питань життя району. Зазвичай, такі публікації короткі та незавершені, і в повному обсязі розміщуються щотижня на сторінках газети.

Колористика веб-сайту повторює основні постійні елементи художнього оформлення друкованого відповідника, використовуючи традиційні червоні кольори та логотип видання.

Під публікаціями на веб-сайті є можливість залишити коментарі чи поділитись ними на своїх особистих сторінках у соціальних мережах. Це дозволяє редакції газети бути більш наближеною до своїх читачів.

Особливістю веб-сайту газети «Районка», виявленою за результатами нашого дослідження, є можливість подати свою власну статтю на злободенну тему через відповідну вкладку на інформаційній платформі.

Згідно оприлюдненій інформації на веб-сайті газети, ще однією відмінною рисою «Районки» є способи її розповсюдження. Частина примірників – передплачені, та близько 30% екземплярів розповсюджуються у місцевих магазинах.

## РОЗДІЛ 3

### АНАЛІЗ МІСЦЕВОЇ ПРЕСИ У ПОЛЬЩІ ТА НІМЕЧЧИНІ

#### 3.1 Особливості функціонування місцевих друкованих ЗМІ в Польщі та Німеччині

Однією з важливих умов для розвитку преси є реформування місцевого самоврядування та взагалі принцип функціонування владної вертикалі у суспільстві.

Україна сьогодні проходить ряд історично важливих змін із втіленням у життя принципово нових для нашого менталітету ідей, цінностей та напрямків. Часто, в якості прикладу, українському суспільству ставлять рівень розвитку й досягнення сусідньої Польщі, яка пройшла зміни усталених принципів та стандартів ще в 90-х роках ХХ ст. Тоді ж було ліквідовано місцевий орган цензури та спрощено систему створення нових загальнонаціональних та регіональних медіа.

Згідно Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», вже на початку 2020 року в нашій державі відбудеться повне перезавантаження повноважень від центрального управління країною на місцевий рівень. З огляду на такі важливі перетворення, змін очікують і засоби масової інформації, особливо локальні друковані ЗМІ, функціонування яких напряму залежить від органів влади.

У Польщі ж владу на місцях почали розвивати ще з 1990-х років. Як зазначає дослідниця І. Луцюк, «У березні 1990 року польський сейм прийняв закон про місцеве самоврядування. Тоді було ліквідовано орган цензури, спрощено систему реєстрації нових видань. Це дало поштовх до розвитку не тільки загальнонаціональних, а й регіональних і локальних ЗМІ. Місцева преса стала невід'ємним елементом у побудові громадянського суспільства. Вона взяла на себе відповідальність за долю місцевих мешканців і за формування образу малих Вітчизн» [36, с. 152-153]. З розвитком місцевого

самоврядування в Польщі розвивався і інформаційний простір, зростала роль місцевих друкованих видань в розвитку громадянського суспільства, як ніколи важливими стали плюралізм думок та свобода слова.

Відомий польський письменник та дослідник К. Держинський зазначає, що з розвитком влади на місцях локальні друковані ЗМІ Польщі нарешті стали фінансуватись за кошти місцевих громад та відповідати попиту аудиторії [5, с.191].

На думку дослідників, «...сьогоднішній споживач і в Україні, і в Польщі отримує інформацію з різних джерел. Триває активний розвиток процесів конвергенції у журналістиці та видавничій справі, відбувається перехід до цифрових мас-медіа, тож кількість традиційної друкованої газетної періодики дещо зменшується, проте і український, і польський читач досі вважає друковані видання гідним довіри джерелом інформації» [9, с.357].

Дослідник Г. Спіцин класифікує польську друковану пресу за типом аудиторії, періодичністю виходу та власником. Залежно від аудиторії, друковані ЗМІ Польщі поділяються на:

- якісні та масові;
- державні та комерційні;
- політизовані та неполітизовані;
- ділові та розважальні.

Відповідно до періодичності таку пресу поділяють на:

- щоденну;
- тижневу;
- двотижневу;
- щомісячну;
- двомісячну;
- кварталну.

З точки зору власника (видавця), польська преса може залежати від:

- органів місцевого самоврядування;
- незалежних комерційних видавців;



- католицького друку;
- різних недержавних товариств та організацій, навчальних закладів;
- місцевих відділень партій та профспілок;
- національних меншин [60].

Локальні ЗМІ Польщі відіграють здебільшого інформаційну роль. Вони висвітлюють новини та так звану «чисту» інформацію, без глибокого аналізу. У більшості випадків накладі таких видань розходяться майже на 90%. Це говорить про те, що місцева преса користується більшою популярністю й повагою у читачів, ніж загальнонаціональні медіа. Дослідники впевнені, що це пов'язано з тим, що перевага в контенті надається висвітленню життя людей, які добре відомі читачам. До того ж, індикатором популярності таких газет називають наявність на їх сторінках великої кількості приватних оголошень та іншої реклами [9, с. 358].

На думку польських журналістикознавців, незалежність преси від держави дозволила встановити тісний взаємозв'язок між ЗМІ та громадськістю, а також підняла рівень їх взаємної поваги та довіри на декілька сходинок вгору [74].

До 1989 року більша частина польської преси входила до робітничо-видавничого кооперативу – концерну «Преса-Княжка-Рух». Після проведення парламентських виборів та прийняття рішення про скасування цензури й демонополізування медіа в країні розпочалась масова приватизація ЗМІ. Як наслідок – зменшення заангажованої роками журналістики та створення абсолютно нових незалежних видань. Прихід на медіаринок Польщі західних інвесторів у 90-х роках прискорив трансформацію регіональних засобів масової інформації. На сьогодні близько 80% усіх регіональних медіа країни належать німецькому концерну Passauer. Для того, аби залишитись на ринку та стати дійсно конкурентоспроможними, більшість регіональних видань почали експериментувати зі способами приваблення читачів, зокрема запровадили платний доступ до свого онлайн-контенту. Це зумовило розширення аудиторії місцевих газет та посприяло

утвердженню в країні нової моделі функціонування регіональної періодики – поруч з друкованими виданнями на ринку успішно розвиваються і їх електронні версії [10].

Спираючись на дослідження К. Шимчук, локальна преса Польщі сьогодні здебільшого є щотижневою або ж виходить два рази на тиждень. Видавці, як правило, обирають традиційний формат видання А3. При цьому на місцевому рівні виходять і газети, і журнали, назви яких безпосередньо відповідають назві регіонів, в яких вони розповсюджуються. За словами дослідниці, специфіка таких медіа полягає у тому, що вони спрямовані, в першу чергу, на людей, що живуть на цій конкретній території. Таке видання повідомляє про досягнення регіону, рекламує місцевих підприємців, а також сприяє розвитку громадського суспільства в області. Часто просуванням медіа на ринку займаються саме його видавці. Цікавим є той факт, що «...постійною проблемою видавців польської незалежної преси є конфлікт з місцевою владою. Головним завданням місцевої преси є контроль дисидентів, у газетах часто порушується питання хабарництва «чиновників», їх незаконної діяльності. Не можна контролювати уряд, пишучи про нього лише позитивні речі. Не контролювати уряд – означає не виконувати своє завдання, а отже, втратити довіру читачів, які вимагають від преси повідомляти про такі порушення» [70, с. 32]. При цьому дослідниця впевнена, що найважче співпрацювати з владою саме регіональним журналістам, адже в маленькому місті їх знають усі, вони не можуть писати під псевдонімами, а отже – залишати осторонь і своє особисте життя.

Приватизація засобів масової інформації у Польщі від самого початку не була ідентичною до тих процесів, які відбуваються в Україні. Варто зазначити, що роздержавлення польської преси стосувалось не всіх видань, засновником яких виступали органи влади. Об'єктами перетворення стали ті газети та журнали, які працювали під егідою концерну «Преса-Княжка-Рух». Зрештою, значну частину таких ЗМІ приватизували місцеві осередки політичних партій, частину – іноземні інвестори, решта видань стали

самостійними. Проблемою маленьких місцевих редакцій журналістикознавці називають неготовність видавців співпрацювати з колегами та переймати їх досвід. Саме тому багато приватизованих видань втратили читачів та були змушені припинити свою діяльність [32].

На прикладі проаналізованих видань Василівського та Пологівського районів Запорізької області, засновником газети «Нова Таврія» став трудовий колектив редакції, а «Районка» як приватне видання не відчула на собі змін, які приніс закон про роздержавлення. Однак, у випадку іншої районної газети Пологівщини – колишньої газети Пологівської районної ради «Пологівські вісті», засновником якої також став трудовий колектив, можна стверджувати, що процес отримання автономії від органів влади на території району пройшов успішно.

Сьогодні досвід Польщі у роздержавленні засобів масової інформації є вкрай важливим для України. Актуальним також залишається пошук нових ідей, шляхів та методів розвитку місцевих видань. Саме тому переймання досвіду там, де польські журналісти досягли успіхів – важлива та відповідальна справа.

Як і досвід Польщі, знання про наслідки практичної реалізації реформи місцевого самоврядування для засобів масової інформації в Німеччині, залишаються цінними і для України. Про це говорять не лише політики та урядовці, а й вітчизняні журналісти та видавці.

Сьогодні преса в Німеччині відзначається високою якістю поліграфії та плідною роботою медійників. На думку дослідників, інтереси практично всіх груп німецьких читачів «...знаходять своє відображення в газетах і журналах» [12].

До друкованого слова в цій країні завжди ставились серйозно й шанобливо. Інформацію вважали цінним товаром, а працю журналістів поважали та цінували.

Зародження німецької преси дослідники пов'язують із масовим виникненням рукописних газет у XVI столітті, при чому, розвиток засобів

масової інформації в цій країні був нерозривно пов'язаний зі становленням інституту цензури. Однак, незважаючи на численні утиски та переслідування, саме Німеччина стала однією з перших країн, де виникла друкована газета [22].

Зважаючи на те, що після адміністративної реформи 2006 року журналістика у Німеччині перебуває в компетенції земель, кожна федеральна одиниця має свій закон про пресу. Основною вимогою до друкованих ЗМІ, закріпленою в усіх федеральних законах, визначено «дотримання публіцистичної коректності». Фактично це означає дотримання достовірності джерел інформації, балансу думок, чітке розмежування новин та коментарів до них. Також, сюди можна віднести й особисту відповідальність редакторів за оприлюднену на сторінках видання інформацію. Це ті особливості, які відрізняють специфіку роботи місцевих німецьких журналістів від інших [12].

Як зазначає Ю. Бондаренко, типологія німецьких друкованих видань схожа на українську класифікацію преси. За періодичністю виходу вони поділяються на:

- щотижневі;
- щомісячні;
- такі, що виходять двічі на місяць;
- такі, що виходять 3-5 разів на рік;
- «піврічники»

За видом розповсюдження виділяють передплатні видання та ті, які поширюються в роздріб.

За територією розповсюдження друковані засоби масової інформації Німеччини поділяють на:

- локальні;
- регіональні;
- надрегіональні.

За тематикою прийнято розрізняти видання:

- економічні;
- природничі;
- антифашистські;
- антимілітаристські;
- соціальні;
- музичні та культурні,
- правові;
- феміністичні;
- гендерні;
- історичні;
- освітні;
- політичні;
- наукові;
- спеціальні видання для молоді та дітей.

За гендерним принципом та віком читацької аудиторії розрізняють друковані ЗМІ:

- чоловічі;
- жіночі;
- дитячі;
- молодіжні;
- для літніх та людей зрілого віку;
- сімейні [3, с. 108-113].

Федеративні засади правового регулювання в Німеччині зумовили широку компетенцію органів місцевого самоврядування і їх значну незалежність в цілому. Характерною особливістю засобів масової інформації у цій державі дослідники називають невелику кількість загальнонаціональних видань та добре розвинену мережу місцевої преси. Причиною такого явища прийнято вважати саме адміністративно-територіальний устрій країни та ряд історично обумовлених суспільно-політичних процесів. Більшість німецьких регіональних газет входять до

місцевих видавничих концернів, які забезпечують локальні ЗМІ інформаційним наповненням про зовнішньо- та внутрішньополітичні процеси у державі, залишаючи на розсуд редакції лише висвітлення місцевих новин [57].

За інформацією Союзу німецьких видавців газет, у Німеччині майже кожне велике місто і район має свою власну регіональну газету. Вони користуються великою популярністю у місцевих мешканців, оприлюднюючи інформацію про поточні плани заходів, оголошення чи погоду. Станом на 2019 рік, в країні щодня до друку потрапляє близько 10 мільйонів примірників місцевих газет (понад 300 видань). Це означає, що більше 55% німців старше 14 років регулярно читають друковану щоденну газету. При цьому, 90% читачів характеризують локальну пресу як «надійну» та «об'єктивну», а 96% погоджуються з тим, що їх газета, порівняно з іншими засобами масової інформації, викликає набагато більше довіри [75].

Переваг у місцевої преси багато, здебільшого, вони не відрізняються від переваг таких же ЗМІ інших країн. А от дослідниця І. Луцюк, спираючись на наукові роботи журналістикознавця З. Вайшенберга, серед основних недоліків регіональної преси Німеччини називає:

- недосвідченість працівників місцевих редакцій;
- вузький спектр тем для оприлюднення;
- вузьке жанрове різноманіття;
- невелика кількість дійсно проблемних матеріалів;
- перевага окремих організаційних еліт в певному інформаційному просторі;
- велика кількість позаштатних працівників;
- переважання новин над їх аналітикою та критикою [36, с. 155].

Незважаючи на це, кількість читачів німецьких місцевих ЗМІ з часом не зменшується. Газети поступово освоюють електронну площину, створюючи Інтернет-версії своїх видань. Їх найпершими читачами стає переважно молодь, хоча, навіть консервативне старше покоління сьогодні

поруч із друкованими виданнями охоче переглядає їх офіційні сторінки в соціальних мережах. З часом поширюється і практика підписки на отримання місцевих новин електронною поштою [75].

Щодо тематики інформаційних матеріалів, які висвітлюються на сторінках регіональних друкованих засобів масової інформації Німеччини, більшість місцевих газет оприлюднюють політичні, економічні, культурні та спортивні новини. Часто на шпальтах зустрічаються колонки з висловлюваннями читачів стосовно їх думок про ті чи інші події в країні й світі. Звичайним явищем можна назвати ідентичність першої шпальти місцевих газет, які належать одному видавничому концерну. Нерідко ця сторінка складається з інформації, наданої інформаційними агентствами чи кореспондентськими службами [79].

За кількістю газет Німеччина займає четверте місце у світі після Японії, Великої Британії та Швейцарії. Через тяжіння німецької преси до політики її вплив на ЗМІ залишається досить великим. Хоча це не заважає друкованим виданням розвиватись, формувати громадську думку, визначати тенденції в країні та залишатись лідером серед засобів масової комунікації у державі [12].

### **3.2 Місцева газета «Gazeta Mławska»: польський досвід**

На території Млавського повіту Мазовецького воєводства (центр Польщі) одним із найпопулярніших щотижневих соціально-політичних друкованих видань є «Gazeta Mławska», яка виходить із 2007 року та має репутацію абсолютного лідера серед місцевих газет регіону, є показником незалежної від органів державної влади преси. Видавцем тижневика є кооператив Spółdzielnia Pracy Ciech-Press.

Як зазначено на офіційному веб-сайті газети, завдяки виданню мешканці північної Мазовії дізнаються про актуальну та достовірну інформацію щодо найважливіших подій регіону. Щовівторка на сторінках

видання публікуються інформаційні матеріали про суспільно-політичні, культурні, спортивні заходи, а також історична аналітика про Млавський повіт.

Карта покриття «Gazeta Mławska» представлена на рис. 3.2.1.



Рис. 3.2.1. Карта покриття «Gazeta Mławska».

За даними, оприлюдненими на офіційному веб-сайті видання, тираж «Gazeta Mławska» – понад 6 тисяч екземплярів. Газета задовольняє інтереси усіх вікових груп, професійних і соціальних спільнот. Щотижня до друку потрапляє щонайменше 24 сторінки цікавої та актуальної інформації. Значна частина видання повнокольорова, решта – чорно-біла, нерідко воно має спеціальний додаток – телепрограму та рекламні оголошення, що охоплюють північну частину Мазовії.

Для того аби детальніше дослідити специфіку видання ми проаналізували тематичне наповнення п'яти випадково обраних номерів «Gazeta Mławska» за проміжок часу із січня по вересень 2019 року. До вибірки увійшли номери за січень, березень, травень, липень та вересень.



Таблиця 3.2.1

Тематика публікацій, розміщених у газеті «Gazeta Mławska» за січень-вересень 2019 року.

№ п/п	Розділи	Тематика	Загальна кількість матеріалів	Загальний відсоток матеріалів
1	2	3	4	5
1	Політика	Вибори	1	0,44
		Інформація про діяльність місцевих органів влади	27	11,94
		Інформація про діяльність обласних органів влади та уряду/президента	8	3,53
2	Соціальна сфера	Медицина	10	4,42
		Освіта	10	4,42
		Соціальних захист населення	5	2,21
		ЖКГ	6	2,65
3	Культура		29	12,83
4	Спорт		17	7,52
5	Сільське господарство		0	0
6	Кримінал		17	7,52
7	Історії з життя	Історії про місцевих мешканців	19	8,4
		Історія рідного краю	15	6,63
9	Сезонні матеріали		38	16,81
10	Реклама та оголошення		12	5,3
11	Привітання та некрологи		12	5,3

Найбільший відсоток серед опублікованих матеріалів «Gazeta Mławska» (16,81%) займають сезонні публікації про життя громади, поліпшення інфраструктури населених пунктів, релігійні питання чи вітчизняні досягнення у сфері науки й техніки. В таких матеріалах висвітлюються усі сторони життя читачів через призму того, як та чи інша ситуація на них вплине.

Значна частина інформаційних повідомлень у виданні (11,94%) стосується висвітлення діяльності керівників місцевих органів державної влади. При цьому більшість матеріалів присвячені розвитку внутрішньої політики на території та виконанню місцевого бюджету. Наприклад, у замітці «Дотації для повіту» (№ 2 (2037) від 08.01.2019) розповідається про основні інвестиції для повіту на 2019 рік, шляхи реалізації державних субвенцій на

соціально-економічний розвиток території (див. *рис А.10.*). На основі аналізу сесії місцевої районної ради автор публікації коротко окреслює основні моменти щодо реалізації основних програм, покликаних сприяти розбудові повіту в сферах будівництва та реконструкції автошляхів, соціального захисту населення та ін.

Досліджуючи видання, ми дійшли висновку, що «Gazeta Mławska» є прикладом конструктивної та плідної співпраці між журналістами місцевої преси та владними структурами. Адже незважаючи на те, що тижневик – незалежний від органів державної влади, інформація про їх діяльність часто з'являється на сторінках газети, причому, як у ключі реалізації державної політики на території, так і з метою висвітлення актуальних проблем у регіоні.

За результатами проведеного контент-аналізу понад 12% публікацій – матеріали культурної тематики, в яких розповідається про проведення різноманітних масових заходів, відкриття художніх виставок, досягнення Польщі на ниві книговидання та ін.

Близько 7,5% опублікованих матеріалів стосуються висвітлення кримінальних подій, що стались в регіоні протягом тижня. Це узагальнені поліцейські рапорти, статистика та інформація про характер скоєних злочинів чи результати дорожньо-транспортних пригод.

Цікавими матеріалами на шпальтах «Gazeta Mławska» є публікації присвячені історії регіону. Кількість таких інформаційних повідомлень, порівняно з іншими, становить понад 6%. Як правило, такі матеріали публікуються під відповідною рубрикою «HISTORIA» та займають одну чи дві полоси номеру. Часто такі публікації присвячені відомим постатям регіону, а також розвитку повіту у воєнні та післявоєнні роки. Інформація підкріплюється історичними фотографіями, хронікою подій та свідченнями очевидців.

Популярними на сторінках газети є історії про життя місцевих мешканців, вони становлять понад 8% серед інших публікацій. Це можуть

бути інтерв'ю з постатями, які зробили значний внесок у розвиток краю чи просто історії успіху. Такі матеріали публікуються переважно під рубриками «Ludzie» чи «Wspomnienia».

Вагомою для «Gazeta Mławska» є спортивна тематика, вона складає понад 7% публікацій. Для таких інформаційних повідомлень характерне використання великої кількості фотографій із турнірів, конкурсів чи спартакіад. Як правило, ці матеріали займають дві-три сторінки газети та публікуються під рубрикою «Sportowy Tydzień».

Аналізуючи дану рубрику, ми дійшли висновку, що спортивні новини у виданні – переважно репортажі з місця подій із зазначенням цілей проведення заходів, імен головних спортсменів та рахунком відповідних змагань.

Теми освіти, медицини чи соціального захисту населення мають найменший відсоток висвітлення на сторінках «Gazeta Mławska». Однак, такі замітки є в кожному номері та зазвичай стосуються роботи закладів освіти, проведення шкільних олімпіад, підвищення заробітної плати викладачів, проблемних питань у функціонуванні лікарень та місцевих амбулаторій, підвищення соціальних стандартів для найменш захищених верств населення, аналітика про зміни у законодавстві стосовно фінансового забезпечення пенсіонерів тощо.

Наприклад, у розширеній інформаційній замітці «Нарікання на екзамен з польської» (№ 20 (2055) від 14.05.2019) журналісти розповідають про переживання учнів місцевих навчальних закладів стосовно підвищеної складності цього річного екзамену на знання польської мови, а також їх реакцію на фейкове повідомлення про мінування приміщення, де проходив іспит. У короткому інтерв'ю школярі розповідають про основні завдання на екзамені та діляться переживаннями щодо перевірки своїх знань (див. *рис А.11*). В цілому, такі новини не відрізняються високою аналітикою. Це короткі актуальні повідомлення про злободенні для галузі теми.

Що стосується географії новин, більшість інформаційних повідомлень, опублікованих на шпальтах «Gazeta Mławska» – замітки про місцеві події (53,07%), друге місце займає інформація про події, що сталися на території воєводства (45,25%), далі – національні новини (1,11%) та новини світу (0,55%). Про це свідчать результати аналізу, розміщені у таблиці 3.2.2.

Таблиця 3.2.2

Географічні характеристики новин, опублікованих у газеті «Gazeta Mławska» за січень-вересень 2019 року.

№ п/п	Новини	Загальна кількість матеріалів	Загальний відсоток матеріалів
1	2	3	4
1	Місцеві новини	95	53,07
2	Регіональні новини	81	45,25
3	Національні новини	2	1,11
4	Новини світу	1	0,55

Варто зазначити, що у порівнянні з українськими місцевими друкованими виданнями, газети Польщі відрізняються чіткою структурою номерів та усталеною рубрикацією. Перша сторінка газети – завжди анонси матеріалів, опублікованих на наступних шпальтах газети. На другій сторінці зазвичай розміщено рубрику «Aktualności», під якою публікують кримінальну хроніку та найбільш актуальні матеріали номеру. Дана рубрика займає від 2 до 10 сторінок.

Майже в кожному номері зустрічаються рубрики «Kultura» (1-2 сторінки), «Region» (1 сторінка) та «Kościół» (1-2 сторінки), під якими публікують матеріали культурної, регіональної та релігійної тематики відповідно.

Також, майже кожен номер містить окремі додатки «Reklama W Tygodniku» з рекламою та оголошеннями, вони займають від 2 до 6 шпальт.

Варто зазначити, що частина матеріалів, опублікованих у «Gazeta Mławska», виходять також на шпальтах іншої місцевої газети «Tygodnik Siechanowski» (тираж понад 20 тисяч екземплярів). При цьому, часто сторінки однієї газети є додатками до іншої. Це залежить від редакційної політики та спільного власника видань.

Жанрові особливості публікацій, розміщених у досліджуваному виданні, свідчать про спорідненість журналістики країн пострадянського простору. Адже, так само, як і в українських місцевих газетах, польські медійники найчастіше користуються інформаційними жанрами під час написання журналістських матеріалів – замітками, кореспонденціями, репортажами та інтерв'ю. Рідше використовують аналітичні статті й художньо-публіцистичні форми висвітлення інформації.

Найчастіше на сторінках «Gazeta Mławska» зустрічаються замітки: «Вони допомагають найбільшим» (№ 10 (2045) від 05.03.2019), «Новий Рік з новою силою» (№ 2 (2037) від 08.01.2019) тощо. Згідно прийнятих норм, це короткі інформаційні повідомлення, для яких характерна стислість викладу, точність і максимальна зрозумілість для читача. Наприклад, у матеріалі «Замініть печі на екологічно чисті» (№ 20 (2055) від 14.05.2019) автор розповідає про необхідність заміни системи опалення у житлових будинках за кошти міського бюджету, що пов'язана із рішенням органів місцевого самоврядування та покликана зменшити негативний вплив людини на довкілля (див. *рис А.12.*).

До кореспонденцій відносимо публікації: «Збільшення транспортних витрат» (№ 2 (2037) від 08.01.2019), «Прем'єр у Млаві» (№ 20 (2055) від 14.05.2019) чи «Цеханов – місто лицарів» (№ 38 (2073) від 17.09.2019). В таких інформаційних матеріалах автори не ставлять перед собою завдання аналізувати взаємозв'язки явищ, про які розповідають, а лише широко розкривають їх сенс. Відтак, у кореспонденції «Смерть під колесами потягу» (№ 29 (2064) від 16.07.2019), опубліковано інформацію про трагічну аварію, що сталась на території воєводства (див. *рис А.13.*). В повідомленні йдеться

про перебіг події та стисла інформаційна довідка щодо подібних надзвичайних ситуацій, які траплялись раніше не цьому ж проміжку залізничного шляху. Ефект статті підсилює статистичний вріз про кількість аварій у Польщі за 2019 рік.

Журналістським матеріалом, який найбільш характерно показує особливості підготовки такого інформаційного жанру як репортаж є публікація «Історія, музика та торгівля» (№ 29 (2064) від 16.07.2019). У ньому автор описує заходи, проведені у Млаві з нагоди святкування Дня міста, використовуючи при цьому як засоби виразності, так і велику кількість фотографій із урочистостей, що створює ефект присутності читача на святкуваннях. В матеріалі детально передано програму заходів, від покладання квітів до меморіалу загиблим в роки Другої світової війни землякам, до музичних виступів самодіяльних колективів та народних розваг (див. *рис А.14*).

Варто зазначити, що такий інформаційний жанр як інтерв'ю можна знайти майже в кожному випуску газети. До того ж, і як самостійний матеріал, і як метод отримання інформації (для підвищення наочності іншої публікації). Приклади таких інтерв'ю: «Зумба вчить змінюватись» (№ 2 (2037) від 08.01.2019), «Ми пережили важкий рік» (№ 10 (2045) від 05.03.2019) та ін.

Окрім того, в кожному номері видання публікуються опитування місцевих мешканців на різні злободенні теми, зокрема матеріали: «Моя Масляна» (№ 10 (2045) від 05.03.2019), присвячений проведенню свята Масляної у Млаві, «Що нам дав, і що ми очікуємо від ЄС?» (№ 20 (2055) від 14.05.2019), де досліджено думку містян стосовно досвіду Польщі як члену Європейського Союзу, тощо.

Часто на сторінках «Gazeta Mławska» зустрічаються і художньо-публіцистичні матеріали, зокрема нариси від різних авторів: «Казки і байки, що об'єднують» (№ 38 (2073) від 17.09.2019), «Ворота Європи» (№ 10 (2045) від 05.03.2019) та ін.

Аналізуючи типографіку «Gazeta Mławska», ми дослідили колористику видання, способи оформлення тексту на його шпальтах та наявність постійних елементів у верстці.

За результатами проведеної роботи робимо висновок, що видання має усталену композицію та дизайн. Колористика газети робить її оригінальною та впізнаваною. Використання червоного та синього кольорів – характерне для видань, власником якого є кооператив Spółdzielnia Pracy Ciech-Press.

Шрифти, якими оформлюються рубрики, заголовки та основний текст – повторюють у кожному номері.

Фотографії, що публікуються, у своїй переважній більшості – якісні та яскраві, що дає можливість посилити загальне сприйняття опублікованого матеріалу.

Верстка більшості сторінок видання – брускова, в основі якої лежить розміщення матеріалів прямокутними колонками однакової висоти (вертикальними й горизонтальними), однак верстка окремих шпальт може бути й ламаною (розміщення колонок різної висоти) чи навіть асиметричною. Композиція передовсім залежить від тематики розміщених на сторінці матеріалів та рубрики.

Окрім друкованої версії «Gazeta Mławska», видання має й офіційний веб-сайт, на якому регулярно розміщуються інформаційні матеріали про життя регіону. Електронні публікації відрізняються оперативністю та великою кількістю фотографій. Часто такі публікації – незавершені й у повному обсязі висвітлюють на сторінках друкованої газети.

Колористика веб-сайту повністю повторює друкований відповідник, має посилання на інші новинні ресурси краю та дає можливість читачам залишати свої коментарі й побажання для редакції. Характерною особливістю Інтернет-платформи є можливість передплатити тижневик або через e-mail замовити електронну версію друкованого видання.

### **3.3. Газета «Saar Zeitung» як приклад реформованої преси в Німеччині**

За даними офіційного веб-сайту федеральної землі Саарланд, цей регіон, розташований на південному заході Німеччини, – один із найяскравіших показників успішного реформування всіх сфер суспільного життя, який здійснив величезну економічну трансформацію. Це стало поштовхом до перетворення округу на модерний високотехнологічний центр зі стабільним бізнесом та високим рівнем життя населення. Столицею Саарланду є місто Саарбрюкен, з населенням близько 200 тис. осіб.

Саарбрюкен часто називають економічним центром регіону. Адже у столиці розташовано понад 15 тисяч бізнес-підприємств, багато промислових корпорацій і постачальників послуг, які розташовують свої штаб-квартири саме у Саарбрюкені. Як зазначено на офіційному веб-сайті міста, воно має розвинену транспортну інфраструктуру, активний адміністративний центр, відомі науково-дослідні інститути, першокласну освіту та розвинений «європейський ринок без бар'єрів».

Не дивно, що засоби масової інформації, які створюються та розповсюджуються у цьому регіоні також відзначаються високою якістю та рівнем довіри місцевих мешканців. Про це свідчить кількість передплатників місцевої преси та численні відгуки у соціальних мережах.

Об'єктом нашого дослідження стала місцева газета регіону Саарланд – «Saar Zeitung», що є одним із семи локальних друкованих ЗМІ, яких об'єднує видавничий концерн Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH. Дана фінансово-промислова група компаній перейшла з державного у приватне управління, ставши відкритим акціонерним товариством після реформування медіапростору Німеччини у 1969 році. Сьогодні 56% акцій концерну належать Rheinische Post Media Group, 28% – місцевим громадським організаціям та партійним фондам, а 16% – безпосередньо трудовому колективу «Saarbrücker Zeitung». Дочірніми компаніями концерну є відразу



декілька щоденних газет «Saar Zeitung» та інших регіональних засобів масової інформації.

Для аналізу ми обрали видання «Saar Zeitung», яке розповсюджується на території району Мерцинг-Вадерн (на північному заході Саарленду). Карта покриття «Saar Zeitung» представлена на рис. 3.3.1.

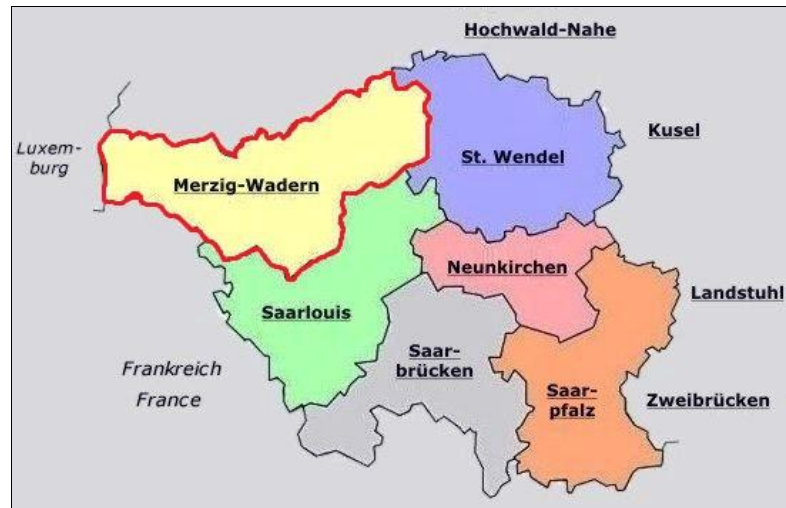


Рис. 3.2.1. Карта покриття «Saar Zeitung».

Перш ніж проаналізувати дане видання, варто зупинитись на специфіці функціонування регіональної газети «Saarbrücker Zeitung», яка створює тренди у роботі місцевих ЗМІ ще з 1761 року.

Сьогодні згадки про перші номери «Saarbrücker Zeitung» та історію видання знаходиться лише у місцевих архівах та краєзнавчих музеях. На офіційному веб-сайті газети повідомляється, що на початку свого функціонування видання публікувало лише інформацію про ціни на ринку та урядові оголошення, при цьому зовсім не висвітлюючи політичні й культурні новини. У зв'язку з насиченими та важкими суспільно-політичними процесами, що супроводжували землі Саарланду протягом всієї історії, «Saarbrücker Zeitung» довго зазнавала утисків з боку влади. Тому час від часу засіб масової інформації змінював мову видання, призупиняв свою діяльність, однак згодом все ж став справжнім монополістом на щоденному медійному ринку регіону.

Інформаційне наповнення «Saarbrücker Zeitung» та усіх локальних друкованих видань, що входять до концерну Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH, сьогодні спільне. За аналогією до польських місцевих преси, окремі матеріали, опубліковані на сторінках щоденної газети «Saarbrücker Zeitung» публікуються також на сторінках інших дочірніх видань.

Видання «Saar Zeitung» позиціонує себе, як щоквартальна місцева газета – продукт «Saarbrücker Zeitung». До вибірки нашого дослідження увійшло 3 номери за проміжок часу з січня по вересень 2019 року. Зокрема, ми проаналізували газети за лютий, травень та серпень.

Нами було досліджено тематику публікацій, новини за географічною спрямованістю, жанрове розмаїття журналістських матеріалів та типографіку видання. Результати дослідження розміщені у таблиці 3.3.1.

Таблиця 3.3.1

Тематика публікацій, розміщених у газеті «Saar Zeitung» за січень-вересень 2019 року.

№ п/п	Розділи	Тематика	Загальна кількість матеріалів	Загальний відсоток матеріалів
1	2	3	4	5
1	Політика	Інформація про діяльність місцевих органів влади	5	4,46
		Інформація про діяльність обласних органів влади та уряду/президента	3	2,67
2	Соціальна сфера	Медицина	5	4,46
		Освіта	8	7,14
		Соціальних захист населення	6	5,35
3	Культура		13	11,60
4	Спорт		5	4,46
5	Сезонні матеріали		31	27,67
6	Реклама та оголошення		21	18,75
7	Туризм		15	13,39

У зв'язку з тим, що район Мерцинг-Вадерн позиціонується, як «зелене коло» з величезною кількістю природних зелених зон, а також через те, що

цей регіон межує з Францією та Люксембургом, на території дуже розвинений туризм. Висвітленню цієї теми на сторінках видання приділяється значна увага (понад 13%). Сюди входить інформація, присвячена цікавим туристичним місцям на території, волонтерській діяльності місцевих мешканців, що має на меті збереження навколишнього середовища, афіші та анонси заходів, які можна відвідати у наступному кварталі.

Наприклад, у журналістському матеріалі «Мерцинг пишається своїм еко-парком» (21.05.2019) розповідається про будні й свята місцевого еко-парку, в якому окрім цікавих природних локацій працює зоопарк. Автор публікації торкається історії закладу, відкритому ще у 1961 році, наводить статистику відвідувань парку туристами та аналізує участь у розвитку заповідної зони представників громадськості, шкільної та студентської молоді (див. *рис А.14.*).

Також, вагомою темою публікацій в «Saar Zeitung» є журналістські матеріали щодо діяльності представників органів державної влади на території. Однак, такі публікації зустрічаються не часто. Відсоток інформації про діяльність місцевих посадовців у досліджуваних нами виданнях сягає 4,46%, а про роботу владних структур федеральної землі чи країни – лише 2,67% серед інших матеріалів.

У замітці «Міцна дружба між містами» (26.02.2019) висвітлюється інформація про плідну співпрацю міст-побратимів Вадерн та Сободка (Чехія). Автор публікації розповідає про святкування почесного 25-річного ювілею від дня початку співпраці та коротко характеризує основні напрямки спільної роботи керівників територій, що були покликані на поліпшення інфраструктури міст та розвитку їх туристичного потенціалу (див. *рис А.15.*).

Найбільший відсоток матеріалів (27,67%) опублікованих на сторінках газети стосується сезонних тем, яких за попередній квартал збирається багато. Загалом це інформації про події, які стались на території регіону, замітки про зміни у законодавстві тощо.

Темі розвитку сфери культури на території регіону приділено понад 11% матеріалів. Це публікації, в якій описуються значимі події в галузі за останній квартал. Часто вони присвячені діяльності місцевих творчих колективів, відкриттю художніх чи музичних виставок, клубі дозвілля.

Спорідненими до теми культури є матеріали, основна сюжету яких – спорт. Таких під час дослідження ми виявили понад 4,4%. Популярними серед спортивних новин на сторінках «Saar Zeitung» є історії про змагання, турніри, марафони. У газеті від 27.08.2019 надруковано матеріал «Два друга по дартсу стали чемпіонами Німеччини», в якому розповідається про команду, яка досягла найбільшого успіху в історії Саарландського дартс-спорту. Через короткі інтерв'ю передано довгий спортивний шлях героїв до перемоги у державному турнірі, а також думки про майбутній чемпіонат світу. Матеріал цікавий та вичерпний, близький до аудиторії (див. *рис А.16*).

Журналісти видання не забувають і про висвітлення тем освіти (7,14%), медицини (4,46%) та соціального захисту населення (5,35%). Як правило, побідні інформаційні повідомлення стосуються розвитку даних галузей на території району Мерцинг-Вадерн та Саарського регіону.

За результатами нашого дослідження, розміщеними у таблиці 3.3.2, помітно, що більша частина новин, опублікованих у виданні мають місцевий характер (62,63%), однак висвітлення регіональних та загальнонаціональних тем також присутнє на шпальтах, і становить, відповідно, 35,16% та 2,19%.

*Таблиця 3.2.2*

Географічні характеристики новин, опублікованих у газеті «Saar Zeitung» за січень-вересень 2019 року.

№ п/п	Новини	Загальна кількість матеріалів	Загальний відсоток матеріалів
1	2	3	4
1	Місцеві новини	57	62,63
2	Регіональні новини	32	35,16
3	Національні новини	2	2,19
4	Новини світу	0	0

Аналізуючи жанрові особливості журналістських матеріалів видання «Saar Zeitung», ми звертали увагу на специфіку та особливості текстів, влучність заголовків.

Найбільше на сторінках газети зустрічаються інформаційні жанри: замітки, кореспонденції, репортажі. Аналітичних та художньо-публіцистичних матеріалів у досліджуваних номерах не виявлено.

До заміток відносимо публікації: «Рекордна участь в олімпіаді з математики» (21.05.2019), «Зовсім інший світ» (26.02.2019), «Штайнбергу 800 років» (27.08.2019) тощо. В останньому матеріалі, наприклад, розповідається про місцеву футбольну команду, яка була започаткована майже 800 років тому і в наступному році готується відзначати свій ювілей масштабними змаганнями. Автор детально розповів читачам про історію команди, її успіхи на спортивній ниві та плани на майбутнє. Замітка доповнена яскравими фотографіями гравців, які відразу справляють враження досвідчених, вправних, хоча і не професійних спортсменів (див. *рис А.17.*).

До інформаційних кореспонденцій належать матеріали: «Аксель Рієдші залишається президентом БРС» (21.05.2019), «Почесна посада – незамінна ланка у нашому суспільстві» (26.02.2019), «Амбітна мета – залучити якомога більше громадян до співпраці» (27.08.2019). У таких публікаціях найчастіше описуються події, які стались на території регіону.

Основна мета репортажу – розповісти читачам про подію максимально доступно та яскраво, аби створити ефект присутності. На шпальтах «Saar Zeitung» цей жанр новинної журналістики зустрічається досить часто. Наочним прикладом репортажу є матеріали «Про медичну допомогу незахищеним верствам населення» (26.02.2019), «Спортивні змагання в Дюппенвайлері» (21.05.2019) чи «Мерцинг святкує належним чином» (27.08.2019) тощо. В них журналісти детально розповідають про подію, описуючи при цьому свої особисті враження та думки з цього приводу.

Варто зауважити, що на відміну від українських та польських місцевих друкованих видань, інтерв'ю частіше за все використовується як метод збору інформації, а не як окремий жанр. Саме тому в досліджуваних номерах газети ми не виявили окремих інтерв'ю з відомими людьми чи компетентними особами. Хоча, на шпальтах «Saar Zeitung» присутня рубрика «Experten Tip» (Поради експерта), в якій публікується по три найбільш цікавих запитання від передплатників газети стосовно тих чи інших правових питань. І кваліфікований юрист, власний експерт видання, відповідає на ці запитання.

Взагалі рубрикація та зовнішній вигляд газети «Saar Zeitung» не типова для українських місцевих друкованих засобів масової інформації. Досліджуване видання зазвичай виходить на 7-13 сторінках формату А3. Та має один горизонтальний розворот, присвячений злободенній темі – державному святу (26.02.2019), шкільній самодіяльності у навчальних закладах Саарланду (21.05.2019) чи Октоберфесту в Саарі (27.08.2019).

Навіть якщо на сторінках не має назви рубрик, кожен номер видання має сталу композицію. Наприклад, на першій сторінці завжди публікується анонс матеріалів, з невеликими фотографіями та обов'язковим розміщенням реклами у підвалі шпальти. На другій сторінці розміщена колонка редактора зі зверненням про передплату до читачів та вихідними даними номеру.

До постійних рубрик відносяться «Auf Die Schnelle» (на швидку руку), «Vereinspinnwand» (місцева павутина), Ehrenamt-News (новини про волонтерство) та «Vereinstermine» (місцеві дати).

Під рубрикою «Auf Die Schnelle», що розміщена вузькими колонками відразу на кількох сторінках, публікуються короткі замітки про місцеві події, новини у сфері політики та фінансів.

«Vereinspinnwand» – рубрика, яка займає відразу сторінку газети та розміщується переважно в кінці номеру. На цій сторінці публікують фотографії до попередніх матеріалів, а також інформацію стосовно дати наступного випуску видання.

Сторінку займає і рубрика Ehrenamt-News, під якою публікують новини у сфері волонтерства та залучення громадськості до розвитку інфраструктури регіону. «Vereinstermine» – афіша запланованих заходів.

Колористика газети повторює всі локальні видання, що видаються на території регіону Саарланд. Видання – повнокольорове, при цьому в дизайні переважає оранжевий, рожевий та блакитний кольори.

Логотип видання – з'єднана карта Саарланду зі схематичною посмішкою, що за інформацією офіційного веб-сайту газети означає «єднання земель та людей».

Нетиповою є і верстка газети «Saar Zeitung», яка в переважній більшості є ламаною та асиметричною. Під час такої верстки матеріали на шпальтах розміщуються в колонках різної висоти. При цьому, часто текст має не прямокутну форму, а обтікає фотографії.

Фотографія та ілюстрації – важлива та обов'язкова частина будь-якого друкованого видання. Під час дослідження газети «Saar Zeitung» цікавим на наш погляд є той факт, що під кожною опублікованою фотографією розміщено відомості про її автора. Це показує повагу німецької преси до авторського права та високе значення фотографій для даного друкованого видання.

Окрім друкованої версії досліджуваний засіб масової інформації має свій офіційний веб-сайт, який повністю повторює колористику газети. На платформі регулярно оновлюється інформаційне наповнення. Новини можна переглядати як на головній сторінці, так і за окремими рубриками чи тегами. Зареєструвавшись на веб-сайті, користувач може підписатись на розсилку новин. Окрім цього, на платформі є окремий розділ «Фотогалерея» та «Відеогалерея», в яких можна переглянути фотографії, які не увійшли до публікацій та відео із заходів.

Варто зазначити, що видання «Saar Zeitung», на відміну від «Saarbrücker Zeitung», знаходиться у вільному доступі на міжнародній електронній видавничій платформі ISSUU. Це єдина досліджувана нами

місцева газета, яку можна безкоштовно завантажити та переглянути. Хоча, архів видання на платформі зберігається лише з 2017 року.

Окрім веб-сайту газета «Saar Zeitung» має офіційну сторінку у соціальній мережі Facebook, де також оприлюднюються останні новини регіону, проводяться різноманітні опитування серед підписників та надається можливість задати будь-яке запитання журналістам видання чи безпосередньо головному редактору. Це також наближує дане медіа до своєї аудиторії та посилює довіру читачів до ЗМІ.

За результатами нашого дослідження газета «Saar Zeitung» – показник якісної місцевої друкованої преси. Вона повідомляє про найголовніші події на території регіону та показує успішну модель конструктивної співпраці громадськості з місцевими органами державної влади.



## ВИСНОВКИ

Місцеві друковані засоби масової інформації займають вагоме місце в житті громади, висвітлюють основні проблемні питання на території та сприяють їх вирішенню.

У своєму дослідженні ми проаналізували суть поняття «місцева преса». На основі аналізу наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників визначили її типологію та основні функції, розглянули взаємозв'язок такої преси зі своєю аудиторією та органами влади, вивчили актуальність та специфіку журналістських матеріалів у таких виданнях.

Аналіз досліджень вчених на предмет пошуку єдиної загальновизнаної дефініції поняття «преса, що розповсюджується на окремій території та повідомляє про найактуальніші події в житті невеликої громади», дає підстави стверджувати таке: у наукових працях під поняттями «місцева», «регіональна» та «локальна» розглядаються одні й ті ж засоби масової інформації. На основі цього ми виробили власне твердження терміну «місцева друкована преса». У нашому випадку під цим терміном ми розуміємо видання, які виготовлені та розповсюджуються на території певної місцевості (міста, району, територіальної громади, області), несуть локальний характер і мають вагоме значення саме для мешканців цієї окремої території.

Серед основних функцій місцевої преси виділяємо такі: інформаційну, мотивуючу, розважальну, рекламну та пізнавальну. Головними особливостями такого типу ЗМІ є: наближеність видань до своєї аудиторії, повне висвітлення місцевих подій, висвітлення позиції та ключових думок представників органів державної влади, створення можливості для обміну інформацією та збереження історичної свідомості населення краю.

Для підтвердження цих думок ми проаналізували ринок місцевої періодики в Запорізькій області, а також в окремих регіонах Польщі та Німеччини. Ми дослідили специфіку створення, жанрове розмаїття та художньо-композиційну побудову газет «Запорізька правда», «Нова Таврія»

(Василівський район Запорізької області) та «Районка» (Пологівський район Запорізької області), а також газет «Gazeta Mławska» Млавського повіту Мазовецького воєводства (центр Польщі) та «Saar Zeitung» регіону Саарланд (південний захід Німеччини).

Порівнявши результати дослідження, дійшли висновку, що найбільший вплив на розвиток території має якісна місцева преса, яка відрізняється широтою охопленої тематики та відсутністю впливу на неї органів державної влади. Такі видання є сучасними, незалежними та готовими експериментувати з новими формами масової комунікації. В цьому ключі показовим є досвід зарубіжних місцевих друкованих видань, запозичення якого сприятиме формуванню сучасного вітчизняного інформаційного суспільства.

Приміром, характерною особливістю засобів масової інформації у Німеччині дослідники називають невелику кількість загальнонаціональних видань та добре розвинену мережу місцевої преси. При цьому, незважаючи на недоліки, які мають такі газети, кількість читачів німецьких місцевих ЗМІ з часом не зменшується. Газети поступово освоюють електронну площину, створюючи Інтернет-версії своїх видань. Їх найпершими читачами стає переважно молодь, хоча, навіть консервативне старше покоління сьогодні поруч із друкованими виданнями охоче переглядає їх офіційні сторінки в соціальних мережах.

За результатами дослідження визначили, що вітчизняні місцеві видання характеризуються низьким фінансуванням, застарілістю кадрів та неготовністю приймати сміливі рішення, а зарубіжні – сучасністю, незалежністю та бажанням експериментувати з новими формами масової комунікації.

Одним із таких рішень сьогодні і є можливість розширення своєї аудиторії та власне свого впливу через мережу Інтернет. Адже створюючи офіційні веб-сайти, друковані видання виходять на новий рівень. Через новітні комунікаційні платформи вони підвищують свою оперативність, знаходять нових читачів та отримують можливість ефективно співпрацювати з ними.

Місцеві засоби масової інформації є важливим інструментом інформаційного забезпечення на будь-якій території. На цьому фоні відкриваються широкі можливості для співпраці засобів масової інформації з керівниками владних структур, політиками чи підприємцями, громадськістю. Як наслідок – не сторінках друкованих ЗМІ та у новинних блоках ми читаємо інтерв'ю відомих людей стосовно того чи іншого актуального питання, знаходимо інформацію про те, як прийняття суспільно-важливих рішень вплине на подальше життя населення.

Часто регіональні засоби масової інформації визначають як вагомий елемент політичного процесу на території. Досліджуючи основні шляхи співпраці місцевих друкованих видань з органами влади, встановили, що для забезпечення належного рівня демократичного суспільства співпраця влади та ЗМІ має обмежуватись дефініцією «джерело інформації – засіб комунікації», що і простежується на досвіді Польщі та Німеччини. Саме тому в розвинених країнах світу пройшло так зване «роздержавлення» засобів масової інформації – процес розширення прав ЗМІ та надання їм незалежності від влади.

Впродовж трьох років в Україні також здійснено роздержавлення засобів масової інформації, проведено підвищення кваліфікації журналістів редакцій, що реформувались, та вироблено механізми підтримки таких ЗМІ щодо забезпечення їх належного існування. Однак позитивні зміни від цього процесу відчули не всі видання. Показовим в даному випадку є «гіркий» досвід газети «Запорізька правда». Незважаючи на обов'язковість виконання норм закону та необхідність надання автономії виданню, засновник газети в особі Запорізької обласної ради всіляко сповільнював та заважав цьому процесу. В результаті чого єдине обласне україномовне друковане видання сьогодні зіткнулось із неможливістю здійснювати свої безпосередні функції.

Важливим для регіональних медіа є питання їх оформлення як запорука якісного сприймання аудиторією інформації в ЗМІ. Від якісного технічного оформлення номера залежить ступінь впливу матеріалів на читача. Протягом тривалого часу медіа виробили цілий ряд принципів технічного й художнього

оформлення преси. Цими рисами та стандартами сьогодні користується і місцеві видання.

За результатами дослідження дійшли висновків, що вітчизняна місцева преса характеризується нескладною типографікою та простим дизайном, не наважуючись змінити усталені роками стандарти. Преса ж Польщі та Німеччини знаходиться в постійному пошуку нових ідей, не стоїть на місці і її дизайн. Зазвичай, це яскраві, самобутні та впізнавані видання, які легко читати.

Значний відсоток матеріалів за результатами проведеного нами дослідження присвячений політичним новинам (в українських медіа – 15 %, у польських – 17 %, у німецьких – 10 %) та сезонним матеріалам щодо пам'ятних дат і державних свят (в українських медіа – 10 %, у польських – 17 %, у німецьких – 20 %). Решта публікацій стосуються висвітлення теми культури й спорту, освіти та медицини у регіоні.

При цьому, польська преса має більше схожих рис із українською, ніж німецька. На її сторінках знаходимо багато реклами, а також привітань та некрологів, завдяки яким місцеві редакції отримують значну частину свого прибутку. Зокрема, відсоток реклами на шпальтах української місцевої преси сягає – 23 %, польської – 16 %, німецької – 18 %. Крім того, варто зауважити, що на сторінках німецьких регіональних видань специфічною рисою є відсутність інтерв'ю як окремого жанру журналістики, його зазвичай використовують як метод отримання інформації.

Загалом, проведений нами аналіз журналістських матеріалів засвідчив, що друкована преса сьогодні тяжіє до використання інформаційних жанрів (замітки, кореспонденції, інтерв'ю, репортажі), при цьому приділяючи більше уваги висвітленню інформації про суспільно-політичні та культурні події місцевого характеру. Це є свідченням того, що і вітчизняна, і зарубіжна місцева преса в переважній більшості виконує функцію інформування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамов Л. К., Азарова Т. В. Центр місцевої активності для розвитку громади. Кіровоград, ІСКМ, 2012
2. Баранник М. В., Голобуцький П. В. ІСТОРІЯ ПРЕСИ В УКРАЇНІ. Енциклопедія історії України: Т. 3: Е-Й. / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. Київ.: В-во «Наукова думка», 2005. 672 с.: іл.. URL: [http://www.history.org.ua/?termin=Istorija\\_presy\\_v\\_Ukr](http://www.history.org.ua/?termin=Istorija_presy_v_Ukr)
3. Бондаренко Ю. С. Типологія альтернативної преси Німеччини. *European Cooperation. Scientific Approaches and Applied Technologies*. Варшава, 2016. Вип. 3(10). С.108–116.
4. Бурмагін О., Опришко Л. Юридичні аспекти реформування державних і комунальних ЗМІ. Методичні рекомендації. Київ. 2017
5. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. VIII, 1728 с.
6. Верхоглядова Н. І., Олінченко І. В. Регіон як самокерована соціально-економічна система. *Інноваційна економіка*. 2013. № 5. С. 113-117.
7. Герман І. С. Запорізька преса 20-40-х рр. ХХ ст.: жанрово-стильові особливості : Автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики. Київ, 2003. 20 с. укр.
8. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. Учебное пособие для вузов. Москва: Аспект Пресс. 2004.
9. Давидова Л. М. Проблеми регіональної газетної періодики в сучасному інформаційному просторі України та Польщі. *Intermarum: історія, політика, культура*. 2014. № 1. С. 357-363.
10. Дорош М. Роздержавлення преси: досвід Польщі. URL: [https://ms.detector.media/articles/rozderzhavlennya\\_presi\\_dosvid\\_polschi/](https://ms.detector.media/articles/rozderzhavlennya_presi_dosvid_polschi/)
11. Дослідження медіа-ситуації на Сході і Півдні України: Запорізька область. URL: <https://bit.ly/2PsKHiW>
12. Друкована преса в сучасній Німеччині. URL: <https://bit.ly/351KSsr>

13. ДСТУ (класифікація) ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять: [На заміну ДСТУ 3017-95; чинний від 2016-02-04] вид. офіц. Київ : Держстандарт України, 2016. 38 с.

14. Дудченко Л. М. Класифікація ділових видань у контексті типології ЗМІ як наукової проблеми. *Держава та регіони*. Серія : Соціальні комунікації. 2014. № 3. С. 68-72.

15. Єременко С. Аналітичний звіт моніторингу регіональних ЗМІ Інституту демократії імені Пилипа Орлика. URL: <https://bit.ly/2ru4eYm>

16. Животко А. П. Історія української преси. Упоряд., авт. іст.-біогр. нариса та приміт. М. С. Тимошик. Київ: Наша культура і наука, 1999.

17. Запорізька правда (1917-2007): погляд крізь роки: *Матеріали міжрегіональної науково-практичної конференції. Запоріжжя 26-27 жовтня 2007 р.* Запорізький нац. ун-т, ф-т журналістики / За ред. А. В. Кобинець. З: ТОВ «ВПО «Запоріжжя», 2008. 114 с.

18. Звіт за результатами проведення моніторингу процесу реформування друкованих засобів масової інформації та редакцій. Державний комітет телебачення і радіомовлення України. 2018. URL: <https://bit.ly/38gnppe>

19. І.Терещенко Проблеми розвитку регіональних ЗМІ – важливого джерела реформування інформаційної бази суспільства. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2010. Вип. 26. С. 118-124.

20. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети : курс лекцій : навч. посібник для студ. фак. журналістики. Київ: Знання, 2000. 222 с. : табл.

21. Історичне джерелознавство: Підручник / Авт.: Я. С. Калакура та ін. Гол. ред. С. В. Головка. Київ.: Либідь, 2002. 488 с.

22. Історія виникнення преси. URL: <https://bookster.com.ua/istoriya-vynuknennya-presy/>

23. Карась М. А. Регіональна преса в демократичному суспільстві (на прикладі періодики США) : Автореф. дис... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. ун-т ім. Т.Шевченка. Київ., 1999. 17 с. укр. рус.
24. Карлова В. В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <https://bit.ly/344rbPI>
25. Картер М. А. Современный дизайн газет. Москва. : Информационное агентство США, 1995. 16 с. : ил. URL: <http://evartist.narod.ru/text4/19.htm>
26. Кіцаєва М. В. Проблеми регіональної періодики в контексті постмодерних тенденцій сучасних мас-медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 54. С. 39-41.
27. Ковалевський В. Сучасний стан і тенденції розвитку медіа-сфери України. *Політичний менеджмент*. 2009. №5. С. 109-119
28. Коверга К. В. Особливості висвітлення проблем переселенців в регіональних ЗМІ. *Регіональні ЗМІ України: історія, сучасний стан та перспективи розвитку : матеріали інтернет-конференції.* / ред. А. О. Галича. Старобільськ : Вид-во ДЗ «Луганський національний університет ім. Т. Шевченка», 2017. С. 234–249.
29. Костюк В. В., Зозуль Т. В. Функціонування інформаційних жанрів на сторінках запорізьких регіональних видань. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2016. № 4. С. 66-69.
30. Кузнєцова М. Регіональні електронні ресурси: від корпоративного створення до використання у соціально-комунікаційному середовищі ОУНБ. *Вісник Книжкової палати*. 2010. № 8. С. 25-29
31. Кузнякова Т. В. Генеза періодичної друкованої преси в Україні. *Актуальні проблеми державного управління*. 2011. № 2. С. 235-241.
32. Кулина К. Місцева преса: чого ми можемо навчитися у Польщі? URL: <https://bit.ly/2YzemeD>

33. Левицька Н. С., Стронська М. А. Роль місцевих медіа в успішному розвитку громад. *Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія*. 2015. № 6. С. 78-83.
34. Левченко А.М. Роль регіональних ЗМІ у соціокультурній, економічній та політичній системах суспільства. Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1381>.
35. Лунцова Н. Р. Функционирование СМИ в политическом процессе (На материале федеральных печатных СМИ) : Дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Екатеринбург, 2003 145 с. РГБ ОД, 61:04-23/54-7
36. Луцюк І. Регіональні ЗМІ в сучасному суспільстві: функції, завдання та проблеми. *Вісник Львівського університету*. Серія : Журналістика. 2014. Вип. 39(2). С. 152-157
37. Маринич Р. С. Сучасний стан і перспективи розвитку регіональної преси в Україні. URL: <https://bit.ly/2RyrFdM>
38. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник. Київ : ЦУЛ, 2002. 884 с.
39. Московцева В. В. Типологія друкованих засобів масової інформації : навч.-метод. посіб. із дисц. спец. "Газетна журналістика". Запоріжжя : ЗДУ, 2002. 44 с.
40. Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики. URL: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Gurn/Ovsep/\\_Index.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Ovsep/_Index.php)
41. Панченко С.А. Особливості висвітлення суспільно-політичних зрушень доби «Перебудови» у пресі Запоріжжя: порівняльний аспект. Запоріжжя. 8 с.
42. Паславський І. Місцева офіційна преса: обтяжливе минуле і невиразне майбутнє. *Вісник Львів*. Серія журналістика. 2007. Вип. 30. С. 242-252.



43. Перелік зареєстрованих друкованих засобів масової інформації місцевої сфери розповсюдження Запорізька область станом на 08.10.2019. URL: <http://rszp.gov.ua/переліки-зареєстрованих-друкованих/>
44. Питання забезпечення органами виконавчої влади доступу до публічної інформації: Указ Президента України від 5 травня 2011 року № 547/2011.
45. Потапова А. В. Аналітична стаття на сторінках регіональної преси: тематика та жанрові різновиди (за матеріалами рівненських газет) *Держава та регіони*. Сер. Соц. комунікації. 2015. Вип. 4. С. 90-95. Бібліогр.: 14 назв. укр.
46. Преса як основний засіб реклами - переваги і недоліки, розцінки в центральних і регіональних виданнях, аналіз конкретних прикладів реклами. URL: <https://bit.ly/2Ry0T5w>
47. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>
48. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 № 2782-XI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12>
49. Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації: Закон України від 24.12.2015 № 917-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/917-19>
50. Пушкина Е. Ю. Современное состояние и будущее печатных средств массовой информации. *Молодой ученый*. 2014. №8. С. 411-415. URL <https://moluch.ru/archive/67/11260/> (дата обращения: 30.08.2019).
51. Регіональні ЗМІ Запорізької області: культурна проблематика. Реферат. URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/journalism/24612/>
52. Регіональні ЗМІ. Короткий курс лекцій з дисципліни «Репутаційний менеджмент». URL: <https://bit.ly/341VztA>

53. Российская периодическая печать: состояние, тенденции, перспективы развития. *Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии*. 2014. Вып. 3(71). С. 42-5514.
54. Руденко Т. Нам 80! Нова Таврія. 2012. №12-13
55. Сафаров А. Ф. Порівняльний аналіз процесу роздержавлення друкованих засобів масової інформації в країнах Східної Європи і в Україні. URL: <http://www.uapp.org/privatizationlaw/9198.html>
56. Секунова І. Ефективність друкованих ЗМІ в президентських кампаніях: типологічний аналіз. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2013. Вип. 35
57. Система средств массовой информации ФРГ. URL: <https://studopedia.org/14-100390.html>
58. Ситуація з медіа Запорізької області та як покращити інформування населення. URL: <https://misto.zp.ua/article/partners27457.html>
59. Скуба В. Олег Наливайко: Таблоидизация СМИ – это новый вид цензуры. *День*. 2012. №88
60. Спицин Г. С. Качественные печатные СМИ Республики Польша в формировании общественного мнения о современной России. Дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Санкт-Петербург. 2008.
61. Сучасні тенденції світового ринку друкованої преси. URL: <https://bit.ly/2DZVc8l>
62. Тенденции развития рынка печатных СМИ. URL: [https://studopedia.ru/5\\_97605\\_tendentsii-razvitiya-rinka-pechatnih-smi.html](https://studopedia.ru/5_97605_tendentsii-razvitiya-rinka-pechatnih-smi.html)13
63. ТРК Славія ТОВ. URL: <https://www.nrada.gov.ua/state-register/trk-slaviya-tov/>
64. Уліцка О. В. Регіональна преса у конфліктному полі місцевих органів влади (за матеріалами львівських газет 1994 - 2004 рр.) : Автореф. дис... канд. філол. наук : 10.01.08 / Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. Львів, 2005. 22 с. укр.
65. Федченко П. М. Преса та її попередники : історія зародження та основні закономірності розвитку. Київ: Наукова думка, 1969. 339 с.

66. Хеленюк О. А. Роль регіональних друкованих змі у формуванні політичних настроїв громадян (на прикладі Рівненської області). URL: <https://bit.ly/2PsLtfQ>
67. Хітрова Т. В. Типологічні особливості періодичної преси Запорізького краю (1904 - 1920 рр.) : Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т журналістики. К., 2007. 20 с. укр.
68. Чернявська О. В., Змій Л. М. Розвиток регіональних ЗМК в Україні в умовах глобалізації комунікативного простору. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи.* 2013. № 1045, Вип. 30. С. 126-133.
69. Чорна І. В. Тенденції розвитку регіональних засобів масової інформації на прикладі Жмеринської преси. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія.* 2015. № 1. С. 109-115.
70. Шимчук К. Особливості регіональної преси у Польщі: історичний огляд місцевої преси в Пьотркуві. *Нова пед. думка.* 2011. № 2. С. 32-35. Бібліогр.: 13 назв. укр.
71. Шрамм У., Сиберт Ф., Питерсон Т. Четыре теории прессы. Москва: Вагриус, 1998. 215 с.
72. Abercrombie N. Dictionary of Media studies / N. Abercrombie, B. Longhurst. – London, 2007.
73. Dziurzyński K. Prasa lokalna jako element kultury społeczeństwa obywatelskiego po 1989 roku w Polsce *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент.* Вип. 3 : збірник наукових праць. – Київ.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2010. С. 191-199. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/1510/1/Dziurzynski.pdf>
74. Kępa-Mętrak J. Rola mediów w społeczności lokalnej. Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych: Urząd Marszałkowski. Kielce, 2009.
75. Zeitungen und ihre Leser in Stichworten 2018/2019. URL: <https://bit.ly/2PnMJRK>

## ДОДАТОК А

## Матеріали друкованих ЗМІ «Нова Таврія», «Районка», «Gazeta Mławska» та «Saar Zeitung»

рекламно-інформаційна газета Василівщини

**І КРАСИВІ,  
І РОЗУМНІ**

Ось вони — маленькі красуні і розумнички Ліза Борисенко і Ліля Зінченко (на фото), які стали найкращими на районному етапі фестивалю ораторського мистецтва "Заговори, щоб я тебе побачив" на тему "Я і моя мала Батьківщина: роздуми і сподівання" серед вихованців закладів дошкільної освіти.

А загалом у фестивалі, який пройшов на базі дитсадку «Малютко», взяли участь вихованці 9 закладів дошкільної освіти району. 16 дошкільнят демонстрували свій талант в номінації "Добре слово краще за багатство". Малеча чудово впоралася з підготовленим публічним виступом. Трішки

важчим став етап не підготовленого публічного міні-виступу. Однак, чудова ведуча вихователь Василівського "Малютка" Вікторія Починок допомагала дошкільнятам впоратися і з цим завданням. Атмосфера свята відчувалася від самого початку і до кінця фестивалю. Солідні призи та дипломи отримали всі учасники.

А призові місця, за рішенням журі, посіли: гран-прі — Ліза Борисенко із дитсадку "Сонечко" (вихователь Л. Поліщук). А перше місце розділили Діана Сайдамет (дитсадок "Теремок" Дніпрорудненської міської ради, вихователь О.Торбач) та Ліля Зінченко (дитсадок "Сонечко" Василівської міської ради, вихователь Л. Поліщук). На другому місці — Аліса Кобиляцька (Дніпрорудненський "Теремок", вчи-

тель-логопед О.Фірсова), Вероніка Смірнова (Василівський дитсадок № 2 "Малютко", вихователь А.Новосолова).

Третю сходинку зайняли Михайлик Малишев із садочка «Вербиченька» Степногірської селищної ради (вихователь В.Ловкова), Ілона Діденко із Верхньокриничанського НВК "ЗОШ І-ІІ ст. ДНЗ" (вихователь Н.Носаль), Влада Шаталінська (дитсадок "Струмочок" Василівської міської ради, вихователь І. Вітрова).

А батьки висловлюють щирю вдячність всім, хто підготував маленьких ораторів.

ВЛ. ІНФОРМ.



Рис А.1. Матеріал з газети «Нова Таврія» (№ 8 (11301) від 02.02.2019).

**ПІД ОДИМ ДАХОМ**

Повідомлення про те, що у центрі ПМСД (м. Василівка) відбувається "переселення" сімейних лікарів (колишніх педіатрів) з вул. Державна, 6 (приміщення дитячої поліклініки) у приміщення на вул. Лікарняну, 5, сколихнуло громадськість. У вікторок активісти прийшли до директора центру Тараса Тищенко, щоб викласти своє незадоволення прийнятим рішенням.

На їх думку, переїзд цих сімейних лікарів створить незручності для пацієнтів. Адаже відтопер і дітей, і дорослих будуть приймати в одному приміщенні. Аргументували своє незадоволення і тим, що мамами з маленькими дітьми доведеться підніматися на другий поверх, що діти будуть в контакті з хворими дорослими пацієнтами та т. ін. А ще нарікали, що директор зовсім не має скромності, робить у поліклініці для себе розкішний ремонт...

Прокоментувати ситуацію, що склалася, ми попросили директора центру ПМСД Тараса ТИЩЕНКА:

— Так, дійсно ми перевели сімейних лікарів у приміщення Василівської амбулаторії загальної практики сімейної медицини за адресою Лікарняна, 5, що на території медичного містечка. Тут проводять прийом пацієнтів всі сімейні лікарі центру. Хочу нагадати, що протягом кількох років в рамках медичної реформи були скасовані посади лікарів-педіатрів та терапевтів, які після проходження відповідної спеціалізації отримали спеціальність "сімейний лікар" і тепер проводять прийом як дорослих, так і дітей. Тому логічно, якщо всі вони перебуватимуть під одним дахом. Таким чином ми позбавляємо людей незручностей.

Ганьче за карткою треба було йти у реєстратуру на Лікарняну, 5, потім до лікаря — на Державну, 6. При цьому, якщо подальше лікування вимагало консультації вузького спеціаліста чи певної діагностики, то пацієнт мав знову повертатися на Лікарняну, 5, адже саме тут поряд розташовані усі відділення і кабінети інших лікарів. Тепер ходити далеко не треба.

Що стосується колишнього приміщення дитячої

**КОНФЛІКТИ**

поліклініки, то там так і залишиться кабінет здорової дитини, кабінет щеплень. Там же перебуватиме лікарська консультативна комісія і відділення невідкладної допомоги, яке працюватиме в режимі "24х7", а також кабінет телемедицини.

Хочу підкреслити, що дане рішення не було спонтанним. Воно вносилося на розгляд районної ради і, зокрема, бюджетної комісії. Депутати вивчили це питання досить глибоко і погодилися з тим, що таке розташування кабінетів лікарів буде зручнішим для пацієнтів. Ми діємо лише у правовому полі, враховуючи, в першу чергу, інтереси наших людей.

А тим активістам, які підбурюють населення на створення конфліктних ситуацій, хочу порекомендувати спочатку вивчити проблему досконально і звязати всі "за" і "проти". Потрібно, нарешті, зрозуміти, що в країні триває медична реформа, тож зміни будуть, вони незворотні. Можливо, треба поглянути на проблему з іншого ракурсу і, напевно, заспокоїти людей.

ВЛ. ІНФОРМ.

житловому будинку конадвечки вживляти між населення зайвих кіловат-год.

Це призводить до деяких мешканців втручаються в лічильників і незалежно від того, чи встановлено лічильники в будинку, введена різниця кдин за існуючою сумою електричної. Василівці являються. Наприклад, вому будинку №140 роке Перемоти енергії: провдернізацію електрики, ведемо діалог з енергетики, регулярно вмиємо у міській радчальниками енергії, встановленої енергії в місті діймось з порушенняри, встановленої енергії в місті діймось з порушенняри, встановленої енергії в місті діймось з порушенняри.

Цим питан займаються, кол органи. Разом з мловою та керуючню в інтересах і міста знайдене ковищим керівництвом "Заноржжовлене подальшого облікуної енергії. Ми даваємось остаточно цю проблему, яка ввалясь остани 15

— Така ситуацій рік?..

— Так, за 2019 рахунок власних змушени були надсову допомогу міськату електричної суми 800 тис. гр

Рис А.2. Матеріал з газети «Нова Таврія» (№ 57(11348) від 03.08.2019).







# ПАМ'ЯТЬ СЕРЦЯ... ПАМ'ЯТЬ СИВИНИ...

*Нашу пам'ять обляють Вітний вогонь,  
Де гранити і зелені воїни,  
До священного чистого світла його  
В день весни ми приходим на словах.  
Уклонитися тим, хто поїм у бою,  
Хто прикрив рідну землю собою...*

Переможний травень 45-го знову нагадає про себе своїм славієм 9 числом, яке у серці нашого народу завжди закарбовано як великий День Перемоги. І знову буде весна, і ми у чаруючому ароматі бузку та тольованіє говоримо найкращі слова отим давно послидним, похленим роками і долани учасникам тієї кривавої битви. А їх вже зовсім мало поряд, і щороку їх лані рідшають...

І ми виконаємо «дтам війни» та всім, хто підняв країну після війни, трудимо на благо прийдешніх поколінь і робити все, аби жили ми в мирній і щасливій країні.

Хто б як не оцінював події того часу, хто б як не називав ці трагічні дні і яку б дату не відзначав — 9 травня — як День пам'яті та примирення (в унісон із більшістю європейських країн), 9 травня — як День Перемоги над нацизмом у Другій світовій війні чи 9 травня — як День Великої Перемоги, все ж день цей — це ще одна нагадування про злість та трагічність, яку приніс нашій країні фашизм. Це данина пам'яті загинлим і день вшанування живих.

*Війна назустріч молодому дню  
Із гуркотом, із брехотом котилася,  
Лаяючи металу і вогню*

*На нашу землю й долю навдалася.  
І хоч сходив країну з краю в край  
Усі роздрані, всі й просторі, —  
Навряд чи знайдешся десь діти,*

*Куди не звадилося б нехвалине горе.*

Ось так і у районі — практично не було жодної родини, кого б не торкнулася війна своїм хоррорним крилом, забравши сина, батька, чоловіка, брата. Понад 15 тисяч мешканців пішли на фронт. А сільські їх загинули чи повернулися додому інвалідами! Саме вони відвоювали свободу на цій землі, ціною їх крові сплачена незалежність нашої держави. А всім нашим землякам удостоїли звання Героїв Радянського Союзу — Олександр Гидий, Антон Михайличенко, Віктор Давидко, Микола Писаренко, Іван Кавуляк, Федір Харченко, Михайло Кравченко, Антон Якуба.

У ці трагічні дні всім ветеранам особлива шанса, їх відвідують вдома і підтримують матеріально, їх запрошують на шкільні заходи. І линуть слюди, і постають картини юності та молодості у сивоцоліх ветеранів, а разом з цим виступає непрохана слюда. І у Василівці, і у Дніпрорудному, і у всіх селах ветерани чекають цього дня і таких щирих зустрічей. А 9 травня всі, хто ще при сиві, із задороженням відвідують мітинги і обов'язково смакують солдатську кашу на привалок.

За традицією зтечорі 8 травня — у Василівці факельна хода. Дуже приємно, що все більше молоді долучається до цього заходу — як учні шкіл, ліцею та коледжа, так і молоді сім'ї з маленькими дітьми — і ми злинемо, що ці молоді люди і у своїх дітях продовжать традицію вшанування ветеранів.

На мітингу у районній слюді зіднаності ветеранам Другої світової війни, пам'яті про тих, хто не повернувся з битви, лунали від керівника району, голови ради ветеранів Сергія Лобинцева, представників дилюентства. Звертаючись до усіх присутніх, Василівський міський голова Людмила Цибульничак наголосила:

— Дорогі наші ветерани! Нічийий уклін вам від усіх нас, і я горджуся тим, що на цій площі багато молоді, адже найважливіше — передати їм естафету пам'яті про ту війну, про їх рідних і близьких, які боролися сиві край від німецько-фашистських загарбників. Значить є спадковість поколінь. Миська рада постійно спілкується з ветеранами, і мені шкода, що їх з кожним роком стає все менше. А тому я дуже рада, що люди похилого віку беруть активну участь у житті міста, у різних заходах. Ваша життєва досвід — безцінний! Тож бажано, аби ви, шановні ветерани, довго жили, аби ви були згрітні увагою і турботою рідних та близьких вам людей.

Зтеорудило виступила шановна гостя Нелла Уланченко — мешканка села Дубовиця Василівського району Дніпрорудської області, яка зазначила:

— 75 догнних років наша родина шукала могилу батька, який у жовтні 1943 року зліг внаслідок Василівський район і ге-

# НОВА Таврія

Газета виходить з 12 лютого 1932 р.  
**СУБОТА,  
11 травня  
2019 року  
№ 34 (11327)**

Суспільно-політична, рекламно-інформаційна газета Василівщини

роїчно загинув у визвольних боях. Як і більшість радянських воїнів, був похований у братській могилі, але, де саме, ми не знали, адже у звісті про смерть значилося: "пропав безвісти". До пошуку долучилися діти, онуки і небайдужі люди. І, нарешті, спілкування зусиллям нам вдалося з'ясувати, що 23 жовтня Іван Іванович Уланченко героїчно загинув, визволяючи Василівський край, та похований у братській могилі в самому серці вашого міста.

Хвилина мовчання...  
І хоча як їм вже не вдало стати, бо більшість ветеранів з шпачками, і, як жартують самі, це наші помічники, ми без них ніяк, все ж тримаються, старіються стояти струнко.

Широкі і довгі рина плізе до меморіалу загинлим воїнам. І хвилюють барвисті квіти, як символ вічної пам'яті і нестримної скорботи за всіма, хто загинув на війні з фашизмом, хто вже відійшов в інше життя, залишивши по-



собі сивий слід визволителя і трудяре.

Духовий оркестр центру дитячої, юнацької творчості і туризму під керівництвом незмінного Ігора Чижика, запрошував всіх до міського парку, де вже варувала солдатська каша і команда міської ради привітно обслуговувала всіх бажаючих посилкуватися за солдатським обідом. А дехто вже й від валуся не стримався — закружляли пари, підспівували пісні воєнних років і, як виявилось, їх знають майже всі.

Щирі посмішки на обличчях дітей, їхніх батьків, ветеранів красномовніше за будь-які слова говорили про щасливе сьогодні, яким усі ми зобов'язані дорогим захисникам. Їхній подвиг, як і кожен з солдатів, ніколи не буде забутий!

Ми пам'ятаємо усіх, хто приніс окупований мир септу та Україні, і схилимо голови перед пам'яттю полеглих у Другій світовій війні. Нехай мир і злагода пакують на нашій землі!

БЛ. ІНФОРМ.

НА ФОТО: ветерани Л.О. Морозова, Ф.А. Рубель, Б.М. Павченко, міський голова Дніпрорудного Юрій Коробок з ветераном Д.Н. Сойко, моменти святкування у Василівці.

Рис А.4. Матеріал з газети «Нова Таврія» (№ 34 (11327) від 11.05.2019).



# Наш земляк - Герой Небесної Сотні



Минулого тижня українці вшанували пам'ять загиблих Героїв Небесної Сотні: мітинги, панахиди, покладання квітів до меморіалу слави та спогади про учасників кривавих подій 2014 року у Києві. Серед Героїв - наш земляк Максим Горошинин. Мало хто з пологівців знає про 25-річного юнака, який загинув під кулями на Грушевського.

Максим Горошинин народився 14 квітня 1989 року у багатодітній родині в селі Басань Поголівського району. Він був найменшою восьмою дитиною у сім'ї, мав трьох сестер і чотирьох братів.

Батько Максима рано помер. Через матеріальну скруту біля матері Максим прожив до 6 років. З першого класу хлопець змушений був навчатись у Токмацькому інтернаті Запорізької області. Потім

жив у рідної тітки Надії в селі Грушківка Кам'янського району Черкаської області, яка стала для нього другою мамою.

Хлопець їздив на заробітки до Києва, в основному наймався будівельником. Ніколи не палив, не вживав алкоголю, вирізнявся прагненням до справедливості.

Так і не обзавівся Максим сім'єю, весь час приділяв роботі. Останнім часом проживав у Червоному жу-

торі" під Києвом, у місцевому кафе працював барменом. Мріяв відкрити власний ресторан. У 2013 році мати Максима Раїса Іванівна оселяється у селі Грушківка, де мешкали дві її сестри. Син навідувався до матері, періодично мешкав тут, всіляко допомагав.

Під час подій на Майдані, Максим перебував там постійно, його рідні про це нічого не знали. У третій декаді грудня 2013 Максим востаннє приїздив у Грушківку, привіз подарунки родичам. Зібрав деяку допомогу для майданівців від співчутливих грушківчан і вирушив до Києва.

Під час січневих подій 2014 на Грушевського Максим був активним учасником протистоянь із «силовиками», до останнього допомагав вносити поранених майданівців. Там він отруївся шкідливими газами. Боячись арешту, хлопець не звертався до лікарні.

Стан здоров'я погіршувався, тому 31 січня його було шпиталізовано до Київської міської лікарні із загостреною формою пневмонії. Побойючись розправи з боку правоохоронних органів, Максим довгий час не називав свого справжнього прізвища, а називався Максимом Машковим.

Подальша доля Максима Горошинина склалася трагічно. Хвороба прогресувала, попри зусилля лікарів хлопця не вдалося врятувати. 19 лютого 2014 року Максим помер.

Похований 23 лютого в селі Грушківка Кам'янського району Черкаської області.

На його могили за кошти громади був встановлений гранітний пам'ятник. В селі Грушківка іменем Максима названо вулицю, на якій



він проживав.

21 листопада 2014 року посмертно отримав звання Герой України та орден "Золота Зірка". Відзнака «За особливі заслуги перед Черкащиною» та медаль (посмертно) «За жертвність і любов до України» вручені матері Максима.

Відомо, що зараз мати Героя проживає у Черкаській області, а будинок в Басані, де раніше проживала сім'я, зруйнований.

Рис А.5. Матеріал з газети «Районка» (№ 32 (675) від 07.08.2019).

## На Поголівщині буде ще одна громада

У Поголівському районі буде створено нову вже третю об'єднану територіальну громаду.

Запорізька облдержадміністрація надала висновок щодо відповідності Конституції та законами України проєктів рішень стосовно добровільного об'єднання територіальних громад Федорівської і Новоселівської сільських рад Поголівського району у Федорівську сільську об'єднану територіальну громаду Поголівського району з адміністративним центром у селі Федорівка (раніше Чубарівка).

Як повідомили в Управлінні містобудування та архітектури облдержадміністрації, це буде вже третя об'єднана громада, що утворюється у Поголівському районі, та 56 - в Запорізькій області. Проєкти рішень пройшли обов'язкове громадське обговорення та відповідають основним умовам добровільного об'єднання територіальних громад.

Федорівська сільська об'єднана територіальна громада з адміністративним центром у селі Федорівка розташовуватиметься в межах Поголівського району. До її складу ввійдуть територіальні громади одинадцять сіл: Федорівка, Балочки, Бурлацька, Золота Поляна, Красноселівка, Тернове, Хліборобне, Чкалове Федорівської сільської ради та Новоселівка, Мажирів, Шевченка Новоселівської сільської ради.

Об'єднання у Федорівську сільську територіальну громаду відбувається не за перспективним планом формування територій громад Запорізької області.

Ольга СМІРНОВА

Рис А.6. Матеріал з газети «Районка» (№ 32 (675) від 07.08.2019).

## Цукор краще підкупити



Усі прогнози експертів вказують на ймовірне подорожчання цукру, а пов'язують це зі зменшенням його виробництва в Україні. Оптово-відпускні ціни прогнозовано зростуть на 18% - до 13 тис грн за тону.

За оцінками НАЦУ "Укрцукор", виробництво цукру в 2019-2020 роках складе 1,1-1,2 млн тонн, що понад третину менше, ніж у попередньому році.

Таке зменшення пов'язане, перш за все, зі скороченням посівних площ під цукровими буряками та несприятливими погодними умовами. Посуха та відсутність во-

логи в ґрунті негативно позначилися на розвитку цукрових буряків, і станом на 1 серпня цукровий буряк масово втрачає вагу гички, що в свою чергу призведе до низької цукристості, — пояснюють у НАЦУ "Укрцукор".

Інші профільні відомства повідомляють, що за останні роки в Україні виробництво цукру складалося в межах 2 млн тонн, в той час рівень внутрішнього споживання оцінюється у 1,3 млн тонн та має стійку тенденцію до поступового зменшення. А скорочення площ посіву цукрових буряків зумовлено великими перехідними залишками нереалізованого цукру.

Якою буде ціна на цукор, покаже час. Радимо у будь-якому разі мати невеликі його запаси. Разом із цим рекомендуємо до мінімуму скорочувати вживання рафінованого цукру і переходити на натуральний, природний цукровий продукт, наприклад, мед. Він також не дешевий, але точно корисніший.

### Де вирощують?

Найбільші площі посівів цукрових буряків у наступних областях: Вінницькій — 44,9 тис. га; Хмельницькій — 27,2 тис. га; Полтавській — 26,9 тис. га; Тернопільській — 23,5 тис. га.

Рис А.7. Матеріал з газети «Районка» (№ 32 (675) від 07.08.2019).



# Залізничній лікарні – бути!



А давайте візьмомо і нарешті вирішимо своїм вагомим голосом законність існування нашої рідної пологовіської залізничної лікарні! Адже ми – громада: непереможна більшість, яка живе в місті, платити податки і вимагає, щоб цей самий голос влада не тільки чула, а ще й прислухалась до нього! Давайте забудемо усі негаразди і уявимо, що ця лікарня (колись гордість і надія пологовіців) від завтрашнього дня працює на благо (або на здоров'я) пацієнтів. Уявляти ми будемо детально – з цифрами, тож налаштуємося на цікаву бесіду...

## Закон діє, реформа триває

По всій країні так і є. Результати цієї реформи свідчать про те, що переважна більшість українців вже обрали свого сімейного лікаря: у великих містах процес підписання декларації повільніший, в районах – швидший. Загалом 72 відсотки пацієнтів, що долучилися до нової системи, задоволені змінами. 97 відсотків усіх медичних закладів країни на початок року вже заключили угоду з Національною службою здоров'я. Пологовіці, незалежно від свого ставлення до проблем Залізничної лікарні, теж активно підписують декларації з ЦПМСД, хоча можуть паралельно користуватися послугами Залізничної лікарні. Електронні рецепти, єдина електронна система обліку, доступні ліки та інші державні програми діють для всіх пацієнтів, які заключили угоди з сімейним лікарем. За це держава лікарням платить кошти – в середньому 370 грн. на рік за одного пацієнта.

**Тим часом в Залізничній лікарні** на жал, в установі коштів від держави немає. Адже нахвилі масового медичного переазавантаження, коли всі лікарні,

включаючи приватні установи та сільські амбулаторії, переходили на новий рівень обслуговування пацієнтів, Залізнична лікарня спостерігала за метушніям зі спокоем Будди. А чого переживати: головне, що кошти за лікування залізничників вправно приходили від страхової компанії. Впевненості у завтрашньому дні надавав і щорічний медичний профогляд працівників Придніпровської залізниці. І саме тут вийшов казус – послугу профогляду може надавати тільки медзаклад з акредитацією.

## Акредитація і ліцензування

Здається, заплановано для пересічного пацієнта, але тільки на перший погляд. Ліцензію медична установа отримує від МОЗ на надання певних послуг. Але для підтвердження свого статусу, кваліфікаційного рівня та проведення профоглядів треба отримати також і Акредитацію, яка проводиться раз на три роки. Оскільки Акредитацію цього року Залізнична лікарня з тріском провалила, то автоматично і позбулася права надавати послуги з профогляду. «Але в нас є ліцензія!» - кричать в залізничній лікарні та

забувають подати, що отримано її було ще до масової реорганізації медичних закладів. І ця Залізнична лікарня все ж наважиться долучитися до сучасних вимог діагностики та лікування, то змушена буде отримувати ліцензію заново, не пізніше ніж через три місяці перебування в новому статусі. Після провалу акредитації можливість отримання ліцензії стоїть під великим питанням. Тоді ще під більшим питанням стане можливість заключити договір із страховою агенцією, яка є одним із донорів лікарні. Але навіщо лікарні такі складнощі? Можна все залишити і так.

## За чий коштів бенкет?

За нас з вами. І так буде доти, поки депутати вагатимуться: чи відірвати руку і врятувати хворого, чи дозволити йому повільно вмирати від зараження, «утримуючись» у вачливішому голошуванні про долю закладу. Це, звичайно, образно, але повністю відображає картину існування Залізничної лікарні. Повертаючись до сучасних засад популяризації професії лікаря та започаткування загальної страхової медицини (сьогодні страховим гарантом є держава), питання фінансування медзакладу, який не заключив договір з Національною службою здоров'я, стоїть гостро, але точно. Фінансування, а отже, і відповідальність за використання бюджетних коштів лежить повністю на засновнику незручній комунальній установі – Пологовіській районній раді. Ніяких грошових надходжень від держави установі, що не підписала договір з Нацслужбою, не передбачено. Тож зарплата, комунальні витрати, лабораторні матеріали, ремонт будівлі та інші витрати – головний біль райради. І коли для оцінювання роботи медичного працівника сьогодні вже працює певна схема, то як платити лікарям Залізничної лікарні – невідомо. Можна, як і в некомерційній комунальній установі відділити по 370 грн. за пацієнта тільки з бюджету громади?

## 2+2

Тоді за статистику Залізничної лікарні виходить, що бюджет району мав би виплатити закладу в минулому році 1 млн. 750 тис. грн.: 4710 осіб по 370 грн. (в середньому) на пацієнта. Це річна сума на весь штат лікарні, який за штатним розписом складає 76 осіб із них тільки 10 – лікарі. Якщо розділити річну суму на всіх працюючих порівну і розбити на 12 місяців, то середня температура по палаті (зарплата у кармані) буде в половину менше мінімальної зарплати, гарантованої державою.

Не забуваємо, що за новими правилами саме із загальної суми лікарня виділяє кошти на самозабезпечення. З цієї простої арифметики виходить, що медична реформа аж ніяк не підходить нашій залізничній лікарні. До того ж, в ці цифри було враховано і залізничників, що проходили профогляди, і педіатрія, якої в цьому році вже немає. За статистикою лікарні з початку року (перший квартал) загалом усіх візитів до лікарів було зроблено 6540 (не плутати з кількістю пацієнтів, вони рахуються лише раз, а візит – це кожне відкривання дверей), тоді як за минулий звітний рік (з педіатрією і профоглядами) їх було 52523. Пологовіський лікар – звучить гордо, тому за гордість райрада доплачує медикам установи з нашої кишені.

## Подвійні стандарти

Тому і виходить, що одні лікарі відпрацьовують свою зарплату важкою працею, змушені економити на молодшому медичному персоналі, залучувати за кожного пацієнта, підвищувати свій професійний рівень, тоді як інші – отримують приблизно таку ж зарплату, поєднуючи ставки та працюючи неповний робочий день. І дійсно – навіщо зайвий раз напружуватися: поки в місті працюють заводи та підприємства, а не тільки Залізнична, які відраховують податки, в бюджеті буде з чого платити проблемній медустанові. Тільки варто пам'ятати, що на підприємствах працюють такі ж люди, як і в лікарні, і їм, на відміну від лікарів-залізничників, район не доплачує за особливий статус.

## А якщо конкретно?

Річний донорський транс функціонування лікарні-примари впе-

нить районному бюджету майже у 10 млн. грн. Саме таку суму на підтримку свого існування спрогнозувало керівництво закладу. Непогана надбавка за небажання вчитися і працювати згідно діючого законодавства? Щоправда, наразі сплачено лише за перший квартал, бо все ж є сподівання, що здоровий глузд переможе популістські гасла. Скажіть, ви готові спонсорувати чуже недальство?

## Стоянка для ярмаркових авто, бізнес-центр, пенсійний фонд, магазини...

Якими тільки чутками не обросла доля лікарняної будівлі. Та на сьогоднішній день рішення такої реформувати Залізничну лікарню шляхом приднання її до інших медичних закладів. Зберегти найкраще, що залишилося від колишньої легієни, та створити в структурі КНП «Пологовіська БЛЛП» неврологічного відділення – з використанням матеріальної бази КУ «Пологовіська залізнична лікарня», розширити можливості ЦПМСД на базі Залізничної лікарні, оптимізувати роботу і вчитися працювати та надавати якісні послуги усім мешканцям району.

«Справа навіть не в фінансуванні», - говорить очільник Пологовіської РДА Артур Крупський, - справа у словослов'ю навантаженні: еквівалент праці має відповідати еквіваленту затрат і відповідно – оплаті праці. А коли цих складових немає, коли еквівалент розданий та намальований, не підтверджується заявленим функціоналом – тоді про що говорити? Хіба що про вигідність такої ситуації для самих працівників Залізничної лікарні: ми вже знаємо з ситуаціїми, коли профогляди в цій установі проводилися фактично, з грошовими «подяками» медперсоналу. Зрозуміло, що коли роками напрацьована схема руйнується, мириться з цим непросто.

Марина АНДРУСИШЕНА

## 7 травня - День радіо Шановні працівники радіо, телебачення та зв'язку!

### Прийміть щирі вітання з нагоди професійного свята!

Сучасне життя не можливе без засобів масової комунікації, які ви уособлюєте. Від вашої щоденної праці залежить наскільки поінформованим та свідомим буде наше суспільство, особливо в теперішній час, коли проти України проводиться масштабна інформаційна війна. Сьогодні головними показниками вашої роботи є: відповідальне ставлення до своєї справи, чесність, неупередженість та професіоналізм. Переконані: ви докладатимете усіх зусиль для забезпечення об'єктивного інформування пологовіців про суспільно-політичні, економічні та культурні події. Бажаємо всім вам професійного зросту, невичерпної енергії, творчих ідей та втілення їх у життя, патхнення і процвітання, здоров'я, гарного настрою сьогодні та завжди.

Артур Крупський, голова Пологовіської райдержадміністрації,  
Олександр Покутний, голова Пологовіської районної ради

Рис А.8. Матеріал з газети «Районка» (№ 18 (666) від 01.05.2019).



# Люба невістка

Того ранку Галя повернулася із села не в обідню пору, як зазвичай, а вранці — сусід їхав на авторинок і її підвіз. Удома на жінку чекав сюрприз: син додивлявся сні в обіймах якоїсь дівчини. І невідомо, кому тієї миті було більше незручно: молодим людям чи їй, Галіні

— Мамо, ти... той... Ну, ти ж розумієш, — Сергій миттєво накинув покривало на оголене тіло супутниці ночі й почав поспіхом одягатися. — Постався до цього спокійно. Ми з Лілею одружимося...

На Галя наче хто окріп вилив, але в присутності незнайоми виіршила скандалу не зчиняти. Тільки після того, як за нею зачинилися вхідні двері, почала, як кажуть молоді, рвати і метати. Оце миршаве дівчисько, тонке, мов стеблина, та ще й зростом не віддалося — заледве дотяє до синьового плеча... Оце їхня невістка?!

— Чи ти, парубоче, зовсім здурів? — допитувалася Галина. — Подивися на неї і подивися на себе! Хіба вона пара тобі, дипломованому інженерові?!

— Мамо, це не обговорюється, — мовив спокійно і пояснив. — Ліля вагітна...

— О Господи! — Галина вхопилася за серце... До цієї миті вона ще сподівалася вплинути на синове рішення і не допустити одруження, а тут — такий поворот подій...

— А без цього не можна було обійтися?! — знову зірвалася на крик. — І чим ви тільки думали обоє? Явно не головами! — Навіщо ти себе накручуєш, — спокійно продовжував Сергій. — Не хочеш приймати її в нашу сім'ю — не приймай. Ми розпишемося і підемо жити на квартири, бо в цій однокімнатній «крущівці» однаково місця немає.

Зазнавши повної поразки (бо що тут уже відіє), Галя почала помалу виситати і поцікавилася, хто ця дівчина, звідки і ким працюють її батьки.

— Мамо, ти тільки не нервуйся



і не кричи більше, бо зараз іще сусіди почнуть збігатися, — почав здалену Сергій. — Ліля вросла в дитобудинку. Вона — кругла сирота.

На щастя, «швидку» викликати не довелося, але без заспокійливих препаратів того дня не обійшлося. Трохи оготовшись, Галина зателефонувала чоловікові, котрий був на заробітках у Москві, й поставила його перед фактом. Павло повіяв більш розсудливо, ніж дружина:

— Чого ти, Галя, робиш із цього трагедію? Йому з нею жити. Хоче женитися — хай женитися, не школяр уже. Що від нас належиться — дамо. Весілля справимо, щоби не гірше, ніж у людей. А там видно буде.

...Весілля відгуляли восени. Доля молодят підфортунила — їм пощастило винайти квартиру двома поверхами вище від батьківської. І це добре, бо в молодій дружині був мізер знань щодо сімейного життя, побуту й ведення господарства. В інтернаті цього не навчали, тож довелося Галіні ставати біля керма молоді сім'ї і давати невістці найрізноманітніші поради, починаючи із самих «азів».

Допитлива Ліля хотіла все

знати, все вміти, була наполегливою і набридала Галіні запитаннями, як це чи інше зробити, чому так, а не інакше, а якщо зробити не так, то що буде? Свекруха не гнівалася на невістку, навпаки — раділа, бо якщо невістка всім цікавиться, всього хоче навчитися — буде з неї добра дружина.

Ліля виявилася милою і добродушною дитиною. Оскільки нікому ніколи не говорила «мамо» і «тату», то тепер щебетала ці слова, що несуть у собі глибинний родинний зміст, без упину.

Так поволі й притерлися, як то кажуть, свекруха з невісткою. А коли навесні Ліля народила маленьке диво — темноокого Тарасика, копію Сергія, Галина була від щастя на сьомому небі. Почувалася найщасливішою бабусею у світі. Колеги по роботі знали про її онука все до найменших дрібниць: коли «коней» почав пасти, коли перший зубчик прорізався, скільки разів на добу малому підгузки змінювали. Позаочі співоробітничі навіть дратуватися почали. Мовляв, носиться Галька зі своїм Тарасиком, наче з писаною торбою, наче ніколи ні в кого онуків не було.

— Галя, ти краще розкажи,

як невістка, — поцікавилася якась колега. — Пам'ятаємо, що ти їй не вельми рада була.

— Ой жіночки, — махнула рукою Галина, — що було — те минуло. Моя Ліля — гарна господиня, прекрасна мама. Кращої дружини своєму синові я не бажала б. Розкажюся, що не хотіла її за невістку. Неправа була.

...Аж тут білу смугу життя родини змінила чорна — несподівано Галіну розбив інсульт. Ліля тримала свекруху за руку і зі слізьми лебеділа:

— Мамочко, матусю, я вас дуже прошу — живіть!

Так, наче від Галіни тієї миті залежало, житиме вона чи ні. Якби ж від таких прохань смерть насправді розчлужувалася і відступала... Але в цьому разі вона таки відступила. Завдяки Лілінім молитвам і турботливому ставленню до свекрухи-мами.

Невістка допомогла Галіні одужати і швидко реабілітуватися, а через рік подарувала їй внучку. І знову все закрутилося в цій родині колесом щастя.

Мирослава СЕРЕДЮК

## Чому пелюговські лікарі "ЗА" грудне вигодовування?

Чому грудне молоко є оптимальним харчуванням для малюка? Тому що це ідеальна їжа дитини, адже воно стерильне, тепле, легко перетравлюється, засвоюється, і його повноцінно використовує організм. Воно задовольняє всі потреби дитини у поживних речовинах, і тому малюк до шести місяців ніякої іншої їжі не потребує. У перший рік після народження завдяки своїм складовим частинам грудне молоко регулює ріст і розвиток малюка, створює надійний захист від різноманітних інфекційних захворювань. Діти, яких вигодовують грудним молоком, рідше страждають на кишкові інфекції та захворювання дихальних шляхів, також зникають ризик алергичних реакцій. Грудне вигодовування важливе ще і в психоемоційному аспекті. Адрне годування грудьми — це постійний контакт матері з малюком, її постійна присутність, яка стимулює розвиватися дитину як фізично, так і емоційно.

Окрім користі для розвитку дитини, природне вигодовування відіграє не останню роль і в здоров'ї матері. Воно полегшує післяпологовий період, зменшуючи ризик виникнення ускладнень, сприяє швидкому зменшенню надлишкової ваги. Грудне вигодовування є ефективною профілактикою мастопатії та знижує ризик онкологічних захворювань молочних залоз, мати та яєчників у майбутньому. У жінок, які годували грудьми, в майбутньому нижчий ризик серцево-судинних захворювань, цукрового діабету, остеопору, ревматоїдного артриту, плашіше настає менопауза.

В цьому наголосом, але неадважливому «завданні» кожної мамі існує дотримуватися правил, яких необхідно дотримуватися для успішного грудного вигодовування:

1. Прикладання дитини до грудей матері протягом першої години життя при відсутності протипоказань.
  2. Цілодобове спільне перебування матері з дитиною.
  3. Правильне прикладання дитини до грудей матері.
  4. Грудне вигодовування за вимогою дитини в тому числі вночі.
  5. Не використовувати соски, пустышки.
  6. Продовження грудного вигодовування до 1 року, а при можливості і довш.
- Отже, вигодовувати дитину грудьми — надзвичайно важливо, а успіх в цій справі дає змогу жінці утвердитися як матері та як особистості. Це один із тих моментів, коли проявляють себе сенс і вартість життя.

Олександр КРАВЧУН,  
лікар загальної практики —  
сімейний лікар



**Najważniejsze inwestycje zapisane w budżecie powiatu mławskiego na 2019 rok będą zrealizowane, jeśli samorząd otrzyma na nie dotacje.**  
**- A to nie jest pewne – ostrzegł starosta Jerzy Rakowski na sesji Rady Powiatu. Zaznaczył, że nie zabraknie mu determinacji w pozyskiwaniu środków zewnętrznych.**

Budżet na 2019 rok

# Powiat na dotacjach



Rada Powiatu uchwała budżet z nadzieją, że zaplanowane inwestycje uda się zrealizować

Rada uchwała budżet na bieżący rok. Wszyscy radni byli „za” – z wyjątkiem Tomasa Chodubskiego, który wstrzymał się od głosu. Ten plan finansowy, przygotowany w ubiegłej kadencji, nieco zmienił (autopoprawkę) zarząd w obecnym składzie.

Planowane dochody wyniosą 77 mln 647 tys. zł, wydatki będą o prawie 1,5 mln zł wyższe (majątkowe, czy inwestycyjne, ponad 10 mln zł). Deficyt pokryje kredyt.

Ważne: udział samorządu w podatku od osób fizycznych (PIT) przekroczy 17 mln zł i będzie wyższy o 27 proc. niż w zeszłym roku. Świadczy to o dobrej koniunkturze gospodarczej w regionie i kraju.

Standardowa inwestycja będzie budowa ronda w Mławie na skrzyżowaniu ulic Lelewela, Śmiełkiewicza i Kościuszki; modernizacja tej pierwszej (etap I). Dopiero na czwartym przetargu na wykonanie wykonawcy tego zadania wpłynęły oferty (przedsiębiorstwa nie narzekają na brak zamówień). Tak czy inaczej, potrzeba ponad 7 mln zł, podczas gdy inwestor przeznaczył o ok. 1,5 mln zł mniej, w tym dotacje z budżetu samorządu wojewódzkiego (2,3 mln

zł) i dofinansowanie z kasy miejskiej (przebudowa infrastruktury podziemnej). Zarząd pod wodzą Jerzego Rakowskiego dokonał tu pewnego manewru. Zakrył manowce, że na tę inwestycję zdołać ok. 3,2 mln zł z Ministerstwa Infrastruktury. Dzięki temu udział finansowy obu samorządów byłby stosunkowo niewielki. Czy przyniesie to efekty, przekonamy się w najbliższych miesiącach. Zaznaczmy: chodzi o przedsiębiorcę: nader

wyłoży na to własne pieniądze oraz skorzysta z obiecanej pomocy finansowej gmin Strzegowo i Winkowo. Istotnym i kosztownym przedsięwzięciem jest też budowa sali gimnastycznej dla Zespołu Szkół nr 4 w Mławie. W bieżącym i następnym roku powiat z własnego budżetu przeznaczy na to zadanie 3,6 mln zł, co stanowi tyle, ile można by pozyskać z rządowego Programu rozwoju lokalnej infrastruktury sportowej. ZS

nr 4 jest jedyną powiatową placówką oświatową, która nie ma zaplecza z prawdziwego zdarzenia do prowadzenia lekcji WF.

Tymczasem kończy się rozbudowa biurowca dla wydziału komunikacji starostwa. W rezultacie mają się poprawić warunki obsługi poleceń, zwłaszcza tych, którzy rejestrują tu pojazdy czy odbierają prawa jazdy.

Niewątpliwie kula w nogi powiatu są drogi. Samorząd ma ponad 500 km tras, na samo ich utrzymanie niezbędne są niemałe nakłady, nie mówiąc już o modernizacji szlaków. W dyskusji na projekcie budżetu radny i członek zarządu Witold Okumski powiedział, że jego zdaniem „dotkowe” i niespedowane wpływy z podatku PIT (chodzi o ok. 3,7 mln zł) powinny pojąć wklanie na drogi, bo infrastruktura komunikacyjna jest istotnym warunkiem rozwoju gospodarczego terenu.

Radny Michał Danielewicz przekonywał, że nie ma tu prostego rachunku. Jak wyliczył, powiat dokłada do oświaty 4 mln zł rocznie, choć powinna być ona w całości finansowana przez państwo – My dopłacamy 10 proc., podczas gdy inne powiaty tylko 5 – replikował radny Okumski, sugerując, że tu kwiały rezerwy.

Z pewnością ten budżet będzie wielokrotnie nowelizowany w trakcie roku. Prawdopodobnie, jak w latach poprzednich, wzrosną dochody w stosunku do zaplanowanych na starcie.

K.J.

Puc A.10. Materiał z gazety «Gazeta Mławska» (№ 2 (2037) від 08.01.2019).

**Powiat mławski**

## Narzekania na egzamin z polskiego

W powiecie mławskim ponad pół tysiąca maturzystów zdawało w ubiegłym tygodniu obowiązkowe egzaminy z języka polskiego, matematyki i języka obcego nowożytnego. Na szczęście alarmy bombowe, które ogłoszono w poniedziałek i wtorek, okazały się fałszywe i nie zakłóciły harmonogramu matury.

Arkusze maturalne 2019 z języka polskiego na poziomie podstawowym składał się z dwóch części. Pierwsza z nich sprawiała stopień rozumienia różnych warstw tekstu nieliterackiego, umiejętność przekształcania takiego tekstu, a także świadomość językową zdającego. W drugiej części arkusza egzaminacyjnego zamieszczono dwa tematy, z których zdający wybierali i realizowali jeden. W tym roku mieli za zadanie zinterpretować wiersz Anny Świrszczyńskiej „Samotność”. „Postaw tezę interpretacyjną i ją uzasadnij. Twoja praca powinna liczyć co najmniej 250 słów” - brzmiała treść polecenia. Drugi temat to: „Czym dla człowieka może być wolność? Rozważ problem i uzasadnij zdanie, odwołując się do fragmentu „Dziadów” cz. III, całego dramatu Adama Mickiewicza oraz wybranego tekstu kultury”.

Egzamin z polskiego był dwojako trudny dla mnie, zwłaszcza z uwagi z III częśćią „Dziadów”, która nie jest łatwa do interpretacji i pisania na jej podstawie o wolności – mówi Klaudia Wójcick, maturzystka z I LO w Mławie.

– Myślałam, że będzie więcej tematów związanych z lekturami, ale było inaczej. Napisałam najlepiej jak umiałam, a co z tego wyjdzie, okaże się na początku lipca, kiedy ogłoszą wyniki – dodaje Weronika Dąbrowska, także z I LO.

– Tegoroczna pisemna matura z polskiego była chyba trudniejsza niż w poprzednich latach, jak porównywałem tematy. Zgadzałem się tutaj z Klaudią, że w oparciu o III część „Dziadów” trudno napisać ciekawie o wolności – mówi Jakub Brzeski.

Maturzyści, którzy pisali we wtorek obowiązkowy egzamin z matematyki, musieli wykazać się m.in. znajomością pojęcia funkcji, własności figur geometrycznych oraz umiejętnością rozwiązywania równań i nierówności.

– Matematyka była dla mnie łatwiejsza niż polski – twierdzi K. Wójcick.

– Ja też jestem zadowolony z tego, co udało mi się napisać na matmie, chociaż trochę się bałem. Wiadomo egzamin, więc nie było lekko – dodaje Jakub.

Klaudia nie ma jeszcze sprecyzowanych planów co do kierunku studiów. Natomiast wie, że będzie chciała studiować w Trójmieście albo w Lublinie.

Z kolei Jakub planuje studia z dziedziny lingwistyki stosowanej i skupić się na bieżym opanowaniu języka angielskiego.

Zapytaliśmy też maturzystów o alarmy bombowe. Zgodnie odpowiedzeli, że podeszli do tego spokojnie, że praktycznie nikt nie wierzył w podłożenie bomby czy gazu bojowego w szkole.

– Od początku traktowaliśmy to jako głupi żart, ale policja i straż musiały sprawdzić pomieszczenia – mówi Klaudia.

W czwartek i piątek maturzyści zdawali wybrane przedmioty, m.in. biologię i wiedzę o społeczeństwie.

**Tekst i fot. W.D.**

Puc A.11. Materiał z gazety «Gazeta Mławska» (№ 20 (2055) від 14.05.2019).

## Wymienią piece na ekologiczne

31 mieszkańców Mławy podpisał pod koniec kwietnia umowy dotyczące dofinansowania z budżetu miasta wymiany pieców w swoich domach. To pierwsza tranza dotacji.

W pierwszej grupie beneficjentów tego programu znalazły się osoby, których wnioski nie zostały zrealizowane w 2018 r. (są finalizowane w pierwszej kolejności). Wartość podpisanych umów wynosi 160 tys. z 350 tys. zł przeznaczonych na ten cel w tegorocznym budżecie.

Zainteresowanie uzyskaniem dotacji na wymianę źródła ciepła na bardziej ekologiczne podobnie jak w latach poprzednich jest bardzo duże. Do Urzędu Miejskiego wpłynęło dotychczas 81 wniosków. Na zakup pieca można otrzymać 100 proc. dofinansowania (maksymalnie 6 tys. zł) oraz pieniądze na pokrycie kosztów wybudowania przyłącza gazowego (1,9 tys. zł). Osoby, które zamiast nowego kocioła na paliwo ekologiczne zamontują w swojej nieruchomości pompę ciepła, mogą liczyć nawet na 10 tys. zł dotacji.

Rozpoczęły się już wizyty pracowników wydziału środowiska w domach beneficjentów programu w celu wykonania m.in. dokumentacji zdjęciowej starych pieców. Następnie mieszkańcy będą mogli przystąpić do modernizacji i wymiany kotłów. Po zakończeniu prac złożą wnioski o wypłatę dotacji. Zgodnie z umową inwestycję należy zakończyć do 30 listopada 2019 r.

Miasto już trzeci rok realizuje program, w ramach którego udziela pomocy finansowej mieszkańcom na wymianę pieców węglowych na bardziej ekologiczne - na gaz lub olej opalowy oraz (opcjonalnie) na pompy ciepła. Dotychczas skorzystało z niego prawie 80 osób. W poprzednich dwóch latach wydano na ten cel z budżetu miasta około 400 tys. zł.

**W.D.**

Puc A.12. Materiał z gazety «Gazeta Mławska» (№ 20 (2055) від 14.05.2019).







# Merzig ist stolz auf seinen „Archepark“

Die Interessen- und Fördergemeinschaft Merziger Tierpark bietet fast alles, was krecht und fleucht.

**D**ass die Stadt Merzig außer ihren Wölfen auch noch andere Vierbeiner zu bieten hat, geht häufig unter. Den Wolfpark Werner Freund in allen Ehren, aber damit das nicht so bleibt, möchten wir auch einmal den Merziger Tierpark und die Arbeit der Interessen- und Fördergemeinschaft vorstellen, die auf dem Gelände am Blättelbornweier eine außergewöhnlich bunte Vielfalt der Fauna aus aller Welt betreut. Ein Besuch lohnt sich in jedem Fall. Der Tierpark ist zu jeder Zeit frei zugänglich und kostenfrei und liegt zudem gut erreichbar mitten in Merzig. Ein idealer Ausflug gerade für Familien mit kleineren Kindern, die ihren Spaß beim Beobachten der ebenso spazig wie exotischen Berberaffen und Nasenbären haben werden. Die vielen fleißigen Hände der Mitglieder der Inter-

essengemeinschaft sorgen stets für ein sauberes Umfeld in dem überschaubaren Gelände. Der Park, der 1962 vom damaligen Bürgermeister Gerd Caspar initiiert wurde, hat sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten zu einem der beliebtesten Ausflugs- und Naherholungsziele der Kreisstadt Merzig entwickelt. Schulen, Kindergärten und Familien mit Kindern nicht nur aus Merzig, sondern der gesamten Region, nutzen gerne die Möglichkeit, einheimische Tiere, aber auch Tierarten aus anderen Erdteilen, wie die afrikanischen Berberaffen, die Bewohner des Südamerikagebietes oder der großen Vogelweiere hautnah kennenzulernen.

### Sommercamp für Kinder im Park

Schaufeln zeigen die Vielfalt der hier vorkommenden Arten von Insekten, Kleinsäugern, Am-

phibien, Echten und Vögeln und erläutern die Zusammenhänge des artreichen Biotops.

Bei der Besichtigung des Tierparks auch weiterhin kostenfrei bleiben soll, haben sich die Mitglieder der Interessengemeinschaft um ihren Vorsitzenden Ulli Soumann einiges ausgedacht und andere Vereine mit ins Boot genommen. „Das fängt mit dem Futter an, das wir in kleinen Tüten gegen eine Spende abgeben“, erläutert Soumann. „Wir machen Weihnachtsaktionen und haben im letzten Jahr zum ersten Mal ein Sommercamp für Kinder angeboten. Zehn Kids verbringen einen ganzen Tag in unserem Park, lernen etwas über die Tiere, essen und malen zusammen und kümmern sich natürlich auch um das Wohl der Tiere.“ Die zweite Auflage in diesem Sommer war bereits kurz nach Bekanntgabe ausgebaut. „Was unseren Park so besonders macht sind die

Kindheitserrinerungen der Merziger und vieler Besucher von außerhalb, die früher schon einmal hier waren“, so Soumann. „Bei schönem Wetter ging ihr Weg immer in den Park, zum picknicken, spazieren und spielen.“ Das hat sich bis heute gehalten.

### Auszeichnung dank engagiertem Einsatz

Die Interessengemeinschaft, die aus etwa 30 Mitgliedern besteht, freut sich über ein besonderes Ereignis, das zum 21. Tierparkfest am Samstag, den 11. Mai, kurz nach Redaktionsschluss unserer Zeitung stattgefunden hat. Nicht nur, dass die ehemalige Ministerpräsidentin Annett Kamp Karrenbauer ihren Besuch im Park ankündigt, erfüllt die Mitglieder mit einigen Stolz. Fast noch bedeutender für den Park und die engagierten Mitglieder ist die Auszeichnung zum „Archepark“. Auf Initiative unserer hoch engagierten Beirätin Daniela Becker-Kirsch und des Bürgermeisters der Stadt Merzig, Marcus Hoffeld, haben wir nunmehr die Bedingungen für die Auszeichnung zum Archepark erfüllt“, erklärt der Vorsitzende. „Diese fordern, dass ein Tierpark mindestens sechs vom Aussterben bedrohte Arten beheimatet.“ Ein großer Erfolg für den Tierpark. „Wir freuen uns darüber“, so Ulli Soumann. Der Vorsitzende ist guter Dinge, was die Zukunft des Parks angeht, äußert am Ende nur den einen Wunsch: „Es wäre schön, wenn die Besucher den Wert des Parks weiterhin zu schätzen wissen. Wir tun alles dafür, dass sie sich hier wohlfühlen können. Als Gegenleistung wünschen wir uns, dass die Besucher es unterlassen, die Tiere mit mitgebrachten Lebensmitteln zu füttern.“



Die Thüringer Waldziege Claudia mit ihrem Nachwuchs, dem Böckchen Anton. Foto: Heiko Britz



Vorstand der Interessen- und Fördergemeinschaft Merziger Tierpark. Foto: Heiko Britz

Рис А.14. Матеріал з газети «Saar Zeitung» (21.05.2019).



Vor rund 25 Jahren haben die damaligen Bürgermeister Berthold Müller (Wadern, links) und Jaroslav Kolumpek (Sobotka) die Partnerschaftsurkunde unterzeichnet. Mit einem Festakt wurde die Städtepartnerschaft Wadern – Sobotka zum 25. Jahrestag gedacht. Foto: Erich Bräcker

## Vereine halten die Freundschaft zwischen Städten hoch

Die Partnerschaft der Stadt Wadern mit dem tschechischen Sobotka besteht seit 25 Jahren.

**B**ereits 25 Jahre lang besteht die Partnerschaft der Stadt Wadern mit der tschechischen Stadt Sobotka. Die Partnerschaftsurkunde wurde von den damaligen Bürgermeistern Berthold Müller (Wadern) und Jaroslav Kolumpek (Sobotka) unterzeichnet, nachdem beide Stadte zu ihrer ersten Sitzung diese Partnerschaft wenige Jahre nach der Wende für sinnvoll erachtet hatten. Diese Partnerschaft wird von den Stadtteilen Wadern, Gehweiler und Reisdellbach gepflegt und ist im Laufe der zwanzigjährigen Partnerschaft mit etlichen gegenseitigen Besuchen im offiziellen, aber auch im privaten Bereich zum Leben geblieben und mit Leben erfüllt worden, trotz etwa 800 Kilometern Entfernung sowie unterschiedlicher Sprachen.

**Do-ppe-ltes Ju-bi-läum für Sobotka**  
Mit dabei waren auch die Ortsvorsitzer Reinhold Gimmler und seine Vertreterin Renate Mörsdorf (Gehweiler) sowie Joachim Brückler und sein Stellvertreter Norbert Grefmann (Wadern). Bürgermeister Labor Jenock sowie die Dolmetscherinnen Barbara Stadlow und Maria Sokolova empfingen die Hochwelder Gäste mit offenen Armen, zeigten sich erfreut, dass die Partnerschaft über die 25 Jahre doch reichliche Früchte für beide Kommunen und ihre Bürgerinnen und Bürger getragen habe. In einem Festakt, der im Rahmen der 520-Jahrfeier der Stadt-

rechte für Sobotka erfolgte, wurden die freundschaftlichen Kontakte und Begegnungen innerhalb der Partnerschaft entsprechend gewürdigt. Bürgermeister Jenock betonte, dass er wie seine Vorgänger Jaroslav Kolumpek, Petr Hahn und Stanislav Tisek voll hinter dieser Partnerschaft stehe, und wünsche sich auch zukünftig ein partnerschaftliches Leben zwischen beiden Städten, wenn auch die weite Entfernung, die Sprache sowie die Unterschiede im gesellschaftlichen Leben stets eine Herausforderung bleiben würden. Paulus erinnerte in seinem Grußwort an die vielen Begegnungen, die bisher stattgefunden hatten. Sowohl Fußballer wie Schützen, Kirchenchor und Frauengemeinschaft, Männergesangvereine, Wanderver und Bergsteiger, aber auch die kommunale Politik mit den Bürgermeistern Berthold Müller und Freid Waldewald hatten die rund 800 Kilo-

meter lange Anreise nie geschont, um Leben in die Partnerschaft zu bringen. Dabei durften die ange-reisten Gäste aus dem Hochwald stets eine große und herzliche Gastfreundschaft erleben, ihnen wurden Land und Leute be-kanntgemacht.

**Beim Waderner Maad im Juni wird weiter gefeiert**  
„Alle Sehenswürdigkeiten, die das Böhmisches Paradies wie Schloss Humprecht, Burg Kost oder Ruine Trosky beheimaten, aber auch die Hauptstadt Prag und weitere Städte wie Jicin, Mlada Boleslav mit Skoda-Werk oder die Biersstadt Pilsen dürfen wir in zwanzigjährigen Jubiläum erleben“, sagte Paulus. Obli-gatorisch war der Austausch von Gastgeschenken. Neben einer Erinnerungsurkunde an das 25-jährige Bestehen wurde auch ein Geldgeschenk für die dortigen

Kindergärten und Schule über-reicht. Zudem übergab Paulus eine Einladung an Bürgermeister Jenock zum Gegenbesuch. Dann soll in Wadern ebenfalls ein 25-Jahrfeier organisiert werden. Diese ist mittlerweile für den 14. bis 16. Juni dieses Jahres innerhalb des Stadtfestes Waderner Maad sowie im Rahmen des Ver-einsfestes des Männergesangvereins Prohaska Wadern mit Festakt und Eintragung der Bürgermeis-ter ins Goldene Buch der Stadt festgelegt. Im unterhaltsamen Teil der Jubiläumstreffen erleben die Besucher aus dem Hochwald den traditionellen Handwerk- und Mittelaltermarkt mit rund 250 Ständen anlässlich der Kir-mis von Sobotka. Dann sind rund 800 Menschen im 2500-Seelenort unterwegs. Einige mu-sikalische Darbietungen und Live-Auftritte von Bands ergän-zen die Palette der Unterhaltung. Erich Bräcker

Рис А.14. Матеріал з газети «Saar Zeitung» (26.02.2019).

# Zwei Darts-Freunde sind Deutscher Meister

Jan Lessel und Steven Noster aus Brotdorf wurden mit ihrer Mannschaft Deutscher Darts-Meister.

Ich spiele seit 13 Jahren Darts. Mit 16 habe ich angefangen“, sagt Steven Noster und schaut seinen Freund Jan Lessel an. „Schon 13 Jahre? Da hätte ich eigentlich ein bisschen mehr erwartet“, sagt Jan Lessel, bevor beide anfangen zu lachen. Die beiden Darts-Talente aus Brotdorf hätten problemlos auch als Komiker-Duo die Bühnen rocken können, aber sie entschieden sich für den Darts-Sport. „Wir sind zusammen groß geworden und haben früher schon im Sandkasten zusammen gespielt. Irgendwann haben wir das erste Mal auf die Scheibe geworfen und sind dabei geblieben“, erklärt Steven Noster. Seine ganze Fami-

lie ist Darts-verrückt, sogar seine Oma hat schon Darts gespielt. Auch Jan Lessel ist durch seinen Vater zum dem Konzentrationssport mit den Pfeilen gekommen. Allerdings erst drei Jahre später als sein Freund. „Die drei Jahre sieht man auch, wenn wir gegeneinander spielen“, scherzt Steven Noster.

## Das Glück des Tüchtigen

Wenn beide an der Scheibe stehen, wird aus dem Spaß allerdings bitterer Ernst. Vor allem wenn sie mit ihrer Mannschaft, dem Team Südwest aus Saarwellingen, auf Punktejagd gehen. Im vergange-

nen Juli führen Lessel und Noster mit ihrer Mannschaft zu den Deutschen Mannschaftsmeisterschaften nach Geiselwind (Bayern).

„Wir sind ohne großartige Erwartungen gefahren. Wir wussten, dass wir an einem guten Tag jeweils schlagen können, aber genau so gut können wir auch verlieren“, sagt Steven Noster, der Mannschaftskapitän ist und schon viele Einzel-Saarlandmeistertitel gewonnen hat. Jan Lessel wurde oft nur Zweiter, hinter Noster. „Ich wollte es eigentlich nie öffentlich sagen, aber ich habe ihn im Finale meistens gewinnen lassen, damit der Haussegel nicht schief hängt“, so der 32-Jährige mit ei-



Das Team Südwest aus Saarwellingen feierten den größten Mannschaftserfolg in der Geschichte des saarländischen Darts-Sport.

gar nicht mehr hingucken konnte. Ihr Mannschaftskollege Ronny Kränz aus Völklingen musste seinen letzten Pfeil genau in der Doppel 8 unterbringen, damit das Team Südwest jubeln durfte. Und Kränz traf das Ding. Lessel, Noster und alle anderen vom Team Südwest stürmten die Bühne, tanzten und feierten den größten Mannschaftserfolg in der saarländischen Darts-Geschichte.

## Im nächsten Jahr zur WM nach Las Vegas

Die beiden wurden mit ihrem Team Deutscher Meister und dürfen im nächsten Jahr zur Weltmeisterschaft nach Las Vegas in die USA reisen. Der Darts-Verband zahlt den Flug, das Hotel und ein Taschengeld für jeden Spieler. „Ich befürchte stark, dass das Taschengeld nur für den ersten Abend reicht. Denn feiern können wir auch ganz gut“, sagt Jan Lessel und nimmt Steven Noster in den Arm.

Ganz nebenbei wurden die beiden mit ihrem Team auch Saarlandmeister und schafften Anfang August die Qualifikation zur Bundesliga. „Dieses Jahr war bislang echt abgefahren und wir haben viel erreicht. Ich bin mal gespannt, was noch kommt“, so Steven Noster. Egal was auch kommen mag, es scheint ziemlich sicher zu sein, dass die beiden Freunde aus Brotdorf überall ihren Spaß haben werden – ob in Bayern oder im kommenden Jahr in Las Vegas.



Die beiden Brotdorfer Freunde Jan Lessel (links) und Steven Noster wurden in diesem Jahr Deutscher Mannschaftsmeister im Darts.

Foto: Heiko Lehmann

nem Augenzwinkern. Jan Lessel ist der Patenonkel von einem der Söhne von Steven Noster. Gemeinsam verbringen die beiden viel Zeit mit Darts-Training miteinander.

In Geiselwind hatten die beiden Brotdorfer mit ihrer Mannschaft das Glück zur richtigen Zeit. In der Zwischenrunde war das Team Südwest schon so gut wie ausgeschieden. „Wir haben zwei von drei Spielen verloren und mussten hoffen, dass der Gruppenerste sein letztes Spiel mit 5:0 gewinnt. Das ist sehr selten, aber es kam tatsächlich so. Das Glück war definitiv auf unserer Seite“, sagt Jan Lessel, der im Finale vor Aufregung

Heiko Lehmann

*Puc A.15. Матеріал з газети «Saar Zeitung» (27.08.2019).*



# Steinberg wird 800 Jahre alt

Die Vereinsgemeinschaft plant umfangreiche Festtage im nächsten Jahr.

**S**teinberg ist der höchstgelegene Stadteil von Wadern im nördlichen Saarland. Der Ort liegt im Schwarzwälder Hochwald, ist Teil des moosfränkischen Spornraums und zählt rund 1000 Einwohner. Erstmals urkundlich erwähnt wird Steinberg im Triester Urbar (Steinenschrift) von 1220, nach dem es zum Forstamt Kell gehört hatte (Forsthubendorf). Funde lassen vermuten, dass der Ortverfall um die Wende des 13. Jahrhunderts durch Franken entstanden ist. Der Ort gehörte früher zum Kurfürstentum Trier und war in Verwaltungs-, Gerichts- und Steuerangelegenheiten dem Amt Grimburg unterstellt. „Diesen Auszug aus der Geschichte nimmt die Vereinsgemeinschaft Steinberg, gegründet am 21. Juni 1993 im Rahmen der Errichtung der Eichenlaubhalle, zum Anlass, im kommenden Jahr eine 800-Jahr-Feier für und in unserem Ort zu veranstalten“, sagt Hermann Sorgen, der 2017 zum Vorsitzenden der Vereinsgemeinschaft (VG) gewählt wurde. Denn als unterzeichneten fünfzehn Vereine eine Mitgliedschaft in der VG, erster Vorsitzender war Klaus Haesler. Es folgten Margret Hillen, Petra Dewald und Kerstin Böhm. Hilfen ist jetzweilige Vorsitzende, Schriftführerin Evelyn Leibig. Das Amt der Kassiererin nimmt Marita Kerschbaum wahr. Mit Ingrid Scheerer (Obst- und Gartenbauverein), Bibbel Grinewald (Damen-Turnverein), Thomas Erb (Mälterer Hilfsdienst) und Agnes Grüne-

wald (Sportverein) gehören weitere Vereine dem erweiterten Vorstand an. Heute kümmern sich neun Vereine zur VG, zu deren Aufgaben die treuhänderische Verwaltung der Halle ebenso gehört wie das Koordinieren der Termine.

### VG sucht noch Helfer für die Vorbereitungen

Seit Februar laufen die Vorbereitungen für das große Ereignis, deren Hauptfeier vom 21. bis 24. August 2020 stattfinden und für alle umergessen bleiben soll. „Freitags ist eine Open-Air-Veranstaltung für die Jugend vorgesehen, am Samstag soll es Spiel ohne Grenzen heißen und sonntags gibt es einen Umzug um die Eichenlaubhalle. Innerhalb einer historischen Meile werden altes Handwerk und landwirtschaftliche Geräte vorgestellt, dazu soll es unter anderem eine Traktorausstellung geben. Geht es nach den Organisatoren, wird es auch jeden Monat im nächsten Jahr eine Veranstaltung geben“, blickt Sorgen für die Saarzeitung ins Programm hinein. „Aber damit nicht genug der Arbeit. Es wurden vorab drei Teams gebildet, die sich mit einzelnen Themen beschäftigen. Team eins ist das Organisationsteam, das für die einzelnen Tage die Programmgestaltung übernehmen wird. Team zwei widmet sich der Herausgabe eines Heimatbuchs, denn zum Jubiläum soll schon in der Chronik des Ortes glänzend werden können und etliche Zeugnisse und Geschehnisse der Vergangenheit für die Nachwelt aufgearbeitet wer-

den. Das dritte Team beschäftigt sich mit alten Fotos, die in einer Ausstellung veröffentlicht werden sollen, ebenso ist an die Herausgabe eines Fotoalbums vorgesehen.“

### Drei Ortsvorsteher unterstützen das Projekt

Unterstützung erhält der Verein von drei Ortsvorstehern: vom jetzigen Michael Dewald, der seit 2018 im Amt ist, und seinem Vorgänger Christoph Trampetz, der mit seinem Ausscheiden im Vorjahr zum Ehrenortsvorsteher ge-

kirrt wurde, weil er stattdesse 20 Jahre im Amt war. Dritter im Bunde ist Fandi Dewald, der von 1984 bis 1998 Ortsvorsteher war und dann auf den Bürgermeisterratessel in Wadern wechselte. „Es bleibt noch viel zu tun, packen wir es an“, weiß Vorsitzender Sorgen um die Schwere dieser 800-Jahr-Feier. Die Saarzeitung wird weiter berichten.



Zwei ehemalige und der jetzige Ortsvorsteher des Jubiläumsortes Steinberg, die alle drei viel für den Heimatort gearbeitet haben.

Foto: Erich Bräcker



Der Vorstand der Vereinsgemeinschaft Steinberg mit dem Vorsitzenden Hermann Sorgen (vorne Mitte).

Foto: Erich Bräcker

**DAS WAPPEN**

Das Wappen von Steinberg, entworfen vom Waderner Heimatforscher Willy Weiser, trägt sich auf weißem Grund oben rechts auf Silber ein rotes Kreuz, das Wappen des Kurfürstentums Trier, das auf die frühere Zugehörigkeit des Ortes hindeutet. Das schwarze Andreaskreuz auf Gold oben links ist das Wappen der Herren von Saarbrücken, Grimburg und Dagsbühl. Es deutet auf die Zugehörigkeit Steinbergs zum früheren Amt Grimburg. In der Mitte symbolisiert eine Silberlanze auf Grün die Wildbawirtschaft im früheren Forsthubendorf Steinberg. Im unteren Teil ist ein schwarzer Dreieck auf Gold und Silber angebracht. Es ist Hinweis auf den Ortsnamen Steinberg mit seinen drei Hauptbergen Rodelberg, Brämelerpfund und Ridelberg.

Рис А.15. Матеріал з газети «Saar Zeitung» (27.08.2019).

## ДОДАТОК Б

### Власна наукова публікація

Тези доповіді «Побудова громадянського суспільства як виклик для місцевої преси в Україні», опубліковані у збірнику «Гуманітарні та природничі науки: актуальні питання». Матеріали науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 25-26 жовтня 2019 року). Херсон: Видавництво «Молодий вчений», 2019. С. 104-107.

#### ПОБУДОВА ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ЯК ВИКЛИК ДЛЯ МІСЦЕВОЇ ПРЕСИ В УКРАЇНІ

Термін «громадянське суспільство» сьогодні прийнято розуміти як один із найважливіших факторів повноцінного розвитку людства. Це самоорганізація громади, яка забезпечує стабільний розвиток усіх суспільно важливих інститутів [5, с. 192].

Важливе значення в розвитку громадянського суспільства мають місцеві ЗМІ. Такі засоби масової інформації повідомляють про найважливіші події у житті регіону, формують громадську думку та забезпечують тісний взаємозв'язок населення з органами влади.

Згідно Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», преса – періодичні друковані ЗМІ (газети, журнали, альманахи тощо), що виходять під постійною назвою з періодичністю один або більше випусків протягом року на підставі свідоцтва про державну реєстрацію [1].

Місцеві чи регіональні друковані видання поширюються локально, на окремій території держави. І. Чорна зазначає, що такі ЗМІ задовольняють потребу читачів у районах, містах чи інших маленьких населених пунктах в інформації місцевого характеру, присвяченій суспільно-політичним, культурно-мистецьким чи економічним подіям, а також наголошує, що «регіональна преса є елементом комунікації, яка виконує завдання з інформування населення, дає поради, відповідає на запити читачів» [4, с.110-111].

На думку І. Луцюк, одними з першочергових завдань місцевої преси є «збереження історичної свідомості населення краю та вироблення образу Малої Вітчизни, який зберігатиме етнічні особливості регіону та продовжуватиме національні ідеї» [2, с. 152].

Занурення в історію будь-якого місцевого видання надає можливість простежити розвиток того чи іншого регіону. Беручи до рук підшивки місцевої друкованої преси з часів її виникнення та аналізуючи специфіку створення номерів, проблематику матеріалів та якість подачі інформації, можна зробити висновок стосовно історії розвитку території, ключових постатей та етапів формування певних культурних цінностей, притаманних мешканцям саме цього регіону.

За допомогою місцевих засобів масової інформації відбувається взаємозв'язок в середині громади, забезпечується участь населення у прийнятті суспільно важливих рішень, висвітлюється важлива інформація, надається можливість публічного обговорення актуальних питань.

Для того, аби визначитись з місцем того чи іншого засобу масової інформації на шляху до побудови громадянського суспільства, необхідно дослідити специфіку журналістських матеріалів у такому виданні та проаналізувати ступінь його впливу на аудиторію.

Візьмемо для прикладу періодик Васи́лівського району Запорізької області. Згідно інформації Управління державної реєстрації Головного територіального управління юстиції у Запорізькій області, на сьогодні на території Васи́лівського району зареєстровано п'ять друкованих ЗМІ, з яких фактично виходять три: газета «Рабочее слово» – російськомовне загальнополітичне (корпоративне) видання, засновником якого є ПрАТ «ЗЗРК»; газета «Нова Таврія» – фактично районне україномовне громадсько-політичне видання (засновник – ТОВ «Редакція газети «Нова Таврія»); газета «Балківські вісті» – україномовне загальнополітичне видання, засноване фізичною особою [3]. За цими ж даними, найбільший тираж має газета «Нова Таврія» – 3500 примірників.

Аналізуючи інформаційне наповнення цих газет, приміром видання «Нова Таврія», помітно, що поряд з матеріалами про актуальні події на території району широко висвітлюється інформація щодо діяльності органів державної виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, робиться акцент на їх участі у різних масових та культурних заходах.



Така залежність від місцевих органів влади пояснюється тим, що до останнього часу засновниками подібної місцевої преси в Україні були саме владні структури. Після набуття чинності Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», з 1 січня 2016 року, такі ЗМІ здебільшого стали самостійними з метою зменшення на них впливу держави та забезпечення рівних умов для функціонування. Однак, навіть після проведення «роздержавлення», на думку багатьох дослідників та журналістикознавців, реформовані засоби масової інформації не позбулись тісного взаємозв'язку з державними структурами, продовжуючи наслідувати вже пережиту епоху.

Проаналізувавши одне з місцевих друкованих видань Пологівського району Запорізької області, загальнополітичне видання «Районка», створене у 2006 році ТОВ «Телерадіокомпанія «Славія», помітно, що його інформаційне наповнення відрізняється від наповнення «роздержавлених» видань. Зокрема, основу інформаційних матеріалів зазначеного вище ЗМІ становлять репортажі, замітки, кореспонденції та інтерв'ю, присвячені суспільному та культурному життю району, найчастіше – без згадки про представників влади.

На сьогодні уся медійна спільнота України працює над визначенням перспектив розвитку реформованих ЗМІ, адже оновлені редакції мають шукати нові джерела фінансування, знаходити новітні методи роботи та навчитися працювати в умовах здорової конкуренції. Досягнення результатів на цих етапах дозволить забезпечити стабільне функціонування таких засобів масової інформації та зробить їх цікавими для читачів.

Україна сьогодні проходить ряд історично важливих змін із втіленням у життя принципово нових для нашого менталітету ідей, цінностей та напрямків. Часто, в якості прикладу, українському суспільству ставлять рівень розвитку й досягнення сусідньої Польщі, яка пройшла зміни усталених принципів та стандартів ще в 90-х роках ХХст. Тоді ж було ліквідовано місцевий орган цензури та спрощено систему створення нових загальнонаціональних та регіональних медіа. К. Держинський зазначає, що з розвитком влади на місцях локальні друковані ЗМІ нарешті стали фінансуватись за кошти місцевих громад та відповідати попиту аудиторії [5, с.191].

Наприклад, «Gazeta Mławska», яка розповсюджується на території Млавського повіту Мазовецького воєводства (центр Польщі) з 2007 року та має репутацію абсолютного лідера серед місцевих газет регіону, є показником незалежної від органів державної влади преси. Видавцем видання є кооператив Spółdzielnia Pracy Ciech-Press. Завдяки газеті мешканці північної Мазовії дізнаються актуальну та достовірну інформацію щодо найважливіших подій регіону. Щотижня на сторінках видання публікуються інформаційні матеріали про суспільно-політичні, культурні заходи, а також історична аналітика про Млавський повіт [6].

На думку польських журналістикознавців, незалежність преси від держави дозволила встановити тісний взаємозв'язок між ЗМІ та громадськістю, а також підняла рівень їх взаємної поваги та довіри на декілька сходинок вгору [5].

Отже, спираючись на думку багатьох дослідників та враховуючи досвід країн, які вже пройшли ті державотворчі процеси, якими крокує Україна сьогодні, розвиток вітчизняного громадянського суспільства значно відстає від розвинених країн світу. Сьогодні українські місцеві ЗМІ знаходяться в пошуку себе, нових ідей, фінансування та ін. Незважаючи на «роздержавлення», вони все ще залежні від органів влади. Саме тому важливо якнайшвидше визначитись з етапами майбутньої розбудови локальних ЗМІ та можливістю залучення громадськості до прийняття найважливіших державних рішень. Це забезпечить належний рівень функціонування українського інформаційного простору та дозволить йому стати частиною розвинутого європейського суспільства.

## ДОДАТОК В

### Інтерв'ю з редактором газети «Запорізька правда» Н. Зворигіною

Впродовж трьох останніх років в Україні пройшло так зване «роздержавлення» засобів масової інформації – процес розширення прав ЗМІ та надання їм незалежності від влади.

Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», який набув чинності 1 січня 2016 року, став першою сходинкою на шляху до розбудови вітчизняних медіа та вагомим кроком до наближення української журналістики до світового інформаційного простору. Однак позитивні зміни від цього процесу відчули далеко не всі видання. Показовим у даному випадку є «гіркий» досвід газети «Запорізька правда».

Для того, аби проаналізувати сучасний стан видання ми взяли інтерв'ю у головного редактора газети Наталії Зворигіної та здійснили спробу проаналізувати роль даного засобу масової інформації у розвитку сучасного інформаційного суспільства.

**- Наталіє Георгіївно, розкажіть будь-ласка про значення газети «Запорізька правда» для регіону.**

- «Запорізька правда» – це одна з найперших газет області, заснована ще у 1917 році як орган Олександрівської ради робітничих, солдатських та селянських депутатів. Вихід перших номерів видання «Александровская мысль» (перша назва газети) відбувся в складний для країни час, та незважаючи на численні перепитії, наше ЗМІ зуміло вистояти й стати єдиним в області україномовним друкованим виданням.

Взагалі, найголовніша традиція газетярів «Запорізької правди» – стійкість у будь-яких умовах. Адже в усі часи ми відчували труднощі: як матеріально-технічні, так і кадрові. Однак завжди знаходили сили писати для своїх читачів – чесно, правдиво, вичерпно.

**- Яким є сьогоднішня Ваша видання та як позначився процес роздержавлення ЗМІ на «Запорізькій правді»?**

- М'яко кажучи, ми сьогодні переживаємо одні з найскладніших часів у своїй історії.

Основна мета закону «Про реформування ЗМІ...» – зменшити вплив держави на засоби масової інформації, створити рівні умови для функціонування ЗМІ різних форм власності та підвищити конкурентоспроможність друкованих медіа.

Незважаючи на обов'язковість виконання норм закону та необхідність надання автономії виданню, засновник газети в особі Запорізької обласної ради всіляко сповільнював та заважав цьому процесу. В результаті чого нас позбавили можливості здійснювати свою виробничу діяльність, єдину, закріплену Статутом нашого підприємства – видання газети. Через це накопичуються борги за невивплату працівникам заробітної плати та таке інше. Нашу редакцію навіть виселили із запорізького Будинку преси, в якому ми працювали з 70-х років минулого століття. Це дійсно – злочин проти журналістів, який поки залишається безкарним.

**- Чому, на Вашу думку, виникла така ситуація?**

- Така ситуація напряду пов'язана з незацікавленістю окремих представників влади у реформуванні газети. Коли ще у 2017 році постало питання про зміну власника, багато відомих запоріжців, у тому числі й серед посадовців, виявили бажання приватизувати дане ЗМІ з метою просування власних ідей та цілей. Однак, саме після відмови трудового колективу виникли проблеми із отриманням нового Свідоцтва про державну реєстрацію ЗМІ. Нині тривають судові процеси, чекаємо на схвальне рішення депутатів обласної ради та позитивних зрушень у бік здобуття самостійності та незалежності.

**- Чим сьогодні живе газета?**

- Сьогодні, на час реформування «Запорізької правди», редакційний колектив займається виданням іншого друкованого медіа – «Правда ZP», яке продовжує реалізацію основних цілей та завдань своєї попередниці, а саме – висвітлення новин регіону.

Завдяки нашим читачам по всій Запорізькій області та громадській організації «Клуб друзів «Запорізької правди», ми подолаємо усі труднощі. Діятимемо виключно у законодавчому полі. Віримо, що завдяки цьому зможемо відновити справедливість.

**- Чим же відрізняється «Правда ZP» від «Запорізької правди»?**

- Насамперед, ми маємо офіційний веб-сайт та електронну передплату як новий інструмент масової комунікації. Наш колектив намагається змінювати соціальні стандарти та запозичувати найкращий зарубіжний досвід. Так як і раніше, ми маємо чітко визначену громадянську патріотичну позицію, пишемо про злободенні теми: війну, соціальний захист, критичні матеріали про гострі проблеми. Дуже сподіваюсь, що у майбутньому саме «Запорізька правда», яка є реальним медійним брендом краю, продовжить свій шлях та залишиться авторитетним джерелом інформації для своїх читачів.

## SUMMARY

**Katerenchuk A.** Functioning of the Local Press: National and World Experience. Zaporizhzhia 2019. 77 p.

**Significance.** Today, Ukraine is on the way of building a quality informational society, where the local press is one of the important components. It informs about the most important events in the region and forms public opinion. In recent years, the topic of the functioning of the Ukrainian local press, in comparison to the world's experience, has not been fully studied.

**The study aims** to identify the influential level of the media on the informational society and to find a way of its development by local editions.

**Objectives:** 1) to study the essence of the term "local press" using the basis of analysis of native and foreign sources; 2) to analyze the typology and functions of the local editions in Ukraine and the world; 3) to consider the local print editions' market in Zaporizhzhia region; 4) to analyze the local periodicals' market in detached regions of Poland and Germany; 5) to study the main elements of cooperation between the locally printed editions with public authorities; 6) to specify the features of journalistic materials in the local media in Ukraine, Poland and Germany.

**Research Methodology:** analysis, synthesis, description and induction.

**Results.** We have analyzed the essence of the term "local press" using the basis of the analysis of the newspaper "Zaporizka Pravda", "Nova Tavria" (Vasylivskiy district, Zaporizhzhia region) and "Rayonka" (Pologowskyi district, Zaporizhzhia region), and also the newspaper "Gazeta Mławska" of Mława district of Masovian voivodeship (center of Poland), the newspaper "Saar" Saarbrücken district (southwestern Germany). During creating our study, we established own explanation of the definition "local print press" and determined the main features of the functioning of this media: domestic local publications were identified by underfunding, aged staff and unwillingness to take spirited decisions, and foreign are characterized as modern, independent and ready to experiment editions with new

forms of mass communication. Ukrainian media can borrow the world's media practice and it will help to form the modern domestic informational society.

**Keywords:** local print media, a regional newspaper, informational society, journalistic materials, mass communication.