

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ Й ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА
ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ**

**ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНА, СТРУКТУРНО-КОМПОЗИЦІЙНА
ХАРАКТЕРИСТИКА ГАЗЕТИ «ГРИВНА»**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка
IV курсу 461 групи
Спеціальності 061 Журналістика
Освітньо-професійної програми
Журналістика
Кулак Валентина Сергіївна

Керівник: кандидат наук із
соціальних комунікацій, доцент
Орлова Наталя Василівна

Рецензент:
начальник відділу комунікації
Головного управління Національної
поліції в Херсонській області
Пшонь Тетяна Сергіївна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. «Гривна» як найпопулярніша газета Херсонщини	6
1.1. Вихідні дані	6
1.2. Структурно-композиційні особливості	7
РОЗДІЛ 2. Жанрово-тематичні особливості газети «Гривна»	11
2.1. Рубрикація, тематичне наповнення	11
2.2. Аналіз матеріалів	18
ВИСНОВКИ	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	29
ДОДАТКИ	31

ВСТУП

Актуальність дослідження. За останні 30 років в Україні відбулися значні зміни. Це стосується не лише утворення і формування інститутів незалежної держави, але й трансформації усієї системи засобів масової інформації.

Зі скасуванням керівної ролі комуністичної партії українські медіа стали вільними, відбулося болюче для періодичної преси роздержавлення, була проголошена свобода преси. Радянська жорстка вертикаль редакційної ієрархії зникла. Журналістські колективи в регіонах опинилися в складній ситуації. Потрібно було знаходити кошти на оренду приміщень, купівлю паперу, друк газети, зарплату працівникам. У той же час з'явилася жорстка конкуренція за читача.

Ще 6 років тому в Херсоні виходили друком кілька газет: «Наддніпрянська правда», «Вгору», «Херсонський вісник», «Новий день», «Гривна». Сьогодні маємо лише два друковані періодичні видання: це газети «Новий день» і «Гривна». Головною перевагою цих видань стала мобільність роботи редакції, пошук цікавого контенту, оновлення форми, експерименти з оформленням, підтримка зв'язку із читачем, збереження й розширення аудиторії.

Важливим напрямом діяльності журналістського колективу є створення актуальних, цікавих, захоплюючих матеріалів. Все це неможливо, якщо дотримуватися суворої академічності в жанротворенні. Головне – створити контент, який «заходить» читачу, говорити з ним його словами, озвучувати те, про що він тільки хоче подумати. Все це можливе, якщо експериментувати з формою. Н. Орлова справедливо зауважує: «Дифузійні процеси в сучасній українській журналістиці, взаємопроникнення елементів одних жанрів в інші, розмивання

жорстких жанрових меж, виникнення жанрових гібридів – прикметна характеристика регіональної друкованої та електронної преси. Фіксуємо посилення авторського складника, оцінного аспекту в інформаційних матеріалах» [с. 42].

Актуальність нашої роботи полягає в тому, що сьогодні в Україні на фоні загальної кризи друкованої періодичної преси продовжують успішно функціонувати регіональні газети. Одна із них – «Гривна». Аналіз контенту, композиції, архітекtonіки, жанрової своєрідності матеріалів дозволить визначити позитивні аспекти видання, а також те, що потребує удосконалення.

Регіональна преса нині мало досліджена, оскільки фокус науковців змістився на нові медіа. У той же час контент міських й обласних видань споживає значна кількість українців. А це не лише інформування, але й формування громадської думки в регіонах. Відповідно цікаво й корисно простежити, чим сьогодні живе преса Херсонщини.

Мета роботи – проаналізувати контент газети «Гривна», її композицію, архітекtonіку, тематику, рубрикацію, жанрові особливості журналістських матеріалів.

Досягнення мети передбачає виконання таких **завдань**:

- а) подати вихідні дані періодичного видання;
- б) розглянути структурно-композиційні особливості газети «Гривна»;
- в) охарактеризувати тематичну спрямованість досліджуваного видання, його рубрикацію;
- г) проаналізувати контент, жанрове багатство матеріалів;
- г) зробити висновки.

Об'єкт дослідження – контент сучасної регіональної газети як традиційного друкованого періодичного видання.

Предметом кваліфікаційної роботи є структура, художньо-технічне оформлення, тематика, жанрова своєрідність, особливості контенту

найбільш масового друкованого періодичного видання Херсонщини – газети «Гривна».

Джерельна база дослідження: номери газети «Гривна» за 2020 рік (вересень, жовтень, листопад, грудень) та 2021 рік (січень, лютий, березень, квітень).

Для розкриття мети і поставлених завдань використано такі **методи журналістичнознавчого дослідження:** контент-аналіз, аналіз, синтез, порівняння, аналогія, спостереження тощо.

Теоретико-методичну базу роботи становили праці теоретиків жанрології М. Василенка, І. Прокопенка, В. Шкляра, О. Тертичного, К. Серажим, М. Кіма, В. Здоровеги, а також дослідження жанрів періодичної преси Р. Радчик, О. Підлуцького, В. Піддубняка, О. Глушко, Н. Орлової та інших.

Практичне значення роботи. Результати нашого дослідження можуть бути використані студентам під час підготовки практичних та семінарських занять з курсів «Журналістський фах», «Медіавиробництво», «Газетно-журнальні жанри», «Техніка оформлення видання», а також у практичній роботі журналіста друкованого періодичного видання.

Структура кваліфікаційного проєкту. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

РОЗДІЛ 1

«ГРИВНА» ЯК НАЙПОПУЛЯРНІША ГАЗЕТА ХЕРСОНЩИНИ

1.1. Вихідні дані

«Гривна» – інформаційно-економічний, культурно-просвітницький часопис. Саме так зазначено у вихідних даних газети.

У словниковій статті Вікіпедії сказано, що це незалежна газета, яка виходить у світ з 1994 року. Редакція «Гривни» дотримується «об’єктивного висвітлення подій, проблем і соціальних явищ міста і області» [4]. Також це одне із найбільш масових друкованих газетних видань Херсонщини: «чисельність читацької аудиторії одного номера становить 200 тис. осіб» [4].

Виходить додаток «Суботній випуск».

Мова матеріалів: російська (значно переважає), українська. На порталі <http://uaport.net/cat/site/grivna-ks-ua> у розділі газета «Гривна» прямо написано «Язык: Русский» [5].

Засновником газети є ПП «Редакція газети «Гривна». Реєстраційне свідоцтво ХС № 252 від 12.11.2003 р., КВ № 1394 від 25.04.1995 р. Офіційний сайт: <https://grivna.ks.ua/>

Матеріали, помічені знаком **Р**, друкуються на правах реклами.

Формат А-3, обсяг 2 друк. арк. Наклад у 2015 році від 47800 до 48500 прим.; у 2021 р. від 23550 до 32170 прим.

Редакційний колектив очолює багаторічний шеф-редактор Валерій Боянжу.

Головний редактор, відповідальна за випуск Альона Шнабська. Заступник головного редактора Ольга Ляшок. Випусковий редактор Максим Лубяний.

Журналісти: Валерій Боянжу, Ольга Ляшок, Альона Гребенюк, Анастасія Матюхіна, Альона Шнабська, Оксана Мелещенко, Альона Мельниченко; інші, за нашими припущеннями, є псевдоніми названих вище або інших авторів: Олеся Луніна, Іван Мінзер, Єгор Мишкін, Світлана Гавриленко, Дар'я Лапіна, Андрій Воробйов, Ольга Дунаєва, Андрій Вовченко, Анна Воржакова, Оксана Зінченко, Ксенія Ветрова, Ольга Андрєєва, Лідія Лещенко.

1.2. Структурно-композиційні особливості

Газета «Гривна» виходить у *форматі* А-3, що характерно для сучасної української міської друкованої періодики. Це формат європейської таблоїдної преси, зручний для читання в транспорті, носіння в сумці.

Кількість шпальт: від 12 до 24. Припускаємо, що обсяг газети залежить від тематичної й рекламної наповненості.

Кількість текстових колонок на шпальті: 5. Це притаманно для таблоїдного формату і є виправданим, зручним для сприйняття матеріалів читачами.

Заголовна частина газети. Складається із кількох постійних елементів.

Назву газети «Гривна» набрано прописом білим по зеленому (дод. 1). Розташовано у верхньому лівому куті першої шпальти. Має знак копірайтингу.

Припускаємо, що *назва має символічне значення* (гривна – це старовинна нашійна прикраса у вигляді обруча) і була замовлена у художника, а потім зроблено кліше. Назва вирізняється на фоні загального тексту. Враховуючи, що перша й остання сторінки (і розворот) друкують у кольорі, то в такому випадку заголовок газети більш-менш гармонійно виглядає. Шрифт назви газети естетично привабливий, добре

запам'ятовується. Херсонці звикли до такого оформлення, воно не ріже ока.

Раніше під назвою розміщували постійний заклик або ж приналежність газети (так було в радянській пресовій традиції). Нині такого немає. Під заголовком «Гривни» подано **календарні відомості**: нумерацію (цього випуску та від початку виходу газети) і дату виходу (число, місяць, рік) (дод. 1). Оформлені одним рядком. Напівжирним прямого накреслення виділено лише діючий номер випуску. Іноді календарі відомості відділені *тонкою лінійкою* (дод. 2).

Ціна газети зазначена зверху над заголовком і подана в колонтитулі. Заверстана на всю ширину шпальти як 3 закладки із штрих-кодом передплати: перша – найдорожчий і найбільший випуск із 75 тв-каналами (вартість 7,00 грн); друга – із меншою кількістю каналів (35) і ціною (вартість 6,50 грн); третя – без вкладки з тв-каналами (вартість 6,00 грн) (дод. 1).

Місце поруч із заголовною частиною (т.зв. *шпигель*) використовують для розміщення різних відомостей. Справа від заголовка (умовно це 1/2 ширини шпальти) подають зазвичай анонси найважливіших матеріалів випуску. Іноді це може бути врізка «*В этом номере на развороте – цветной календарь на 2020 год*» та вріз з анекдотом (дод. 1).

В інших випусках місце справа від заголовка газети використовують для *анонсу* найцікавіших матеріалів (дод. 2).

Шпигель може займати один *анонс* (розміщують заголовок матеріалу і фото до нього) (дод. 3). Як правило, це текст на актуальну й надважливу тему для містян.

Серед **розділових засобів** редакція «Гривни» надає перевагу *пробільним елементам*. В. Іванов у праці «Техніка оформлення газети» зазначає: «... пробіли потрібні для всіх без винятку графічних елементів, тому що тільки в їхньому оточенні знаки, малюнки, лінійки і т. ін. стають зручними для індивідуального сприймання» [10, с. 39].

За допомогою пробільних елементів виникає необхідне повітря (світлий фон). Пробільними елементами відокремлюються колонки, розділяються матеріали, виділяють окремі добірки, рубрики, тематичні блоки.

Подвійною *лінійкою* виділені *колонтитули*. Тут розміщують назву газети із календарними відомостями, назву суперрубрики та номер сторінки.

У *рамках* оформлюють рекламні матеріали (дод. 4). Передостанні сторінки газети «Гривна» майже суцільно складаються з реклами, яку подають у рамках різної товщини, а також у плашках (це залежить від ціни, яку сплачує клієнт).

Лінійки включаються також для виділення окремих матеріалів на шпальті (дод. 5). Це допомагає урізноманітнити вигляд сторінки, акцентувати на окремих текстах. Такий прийом використовують час від часу. Все ж таки більше пробільних елементів.

Авторський підпис (ім'я і прізвище журналіста) у газеті «Гривна» подають на початку матеріалу після ліду і виділяють зверху і знизу лінійками, а справа акцентним квадратом (дод. 6) або ж наприкінці матеріалу напівжирним накресленням і вже без лінійок (дод. 7).

В композиції видання використано *різні види верстки* (асиметрія, симетрія «млин», осьова симетрія). Нами не помічено єдиної зафіксованої верстки. Кожен номер (навіть перша шпальта) заверстані по-різному. На нашу думку, це відповідає часу. Читачам нудно було б читати однакову за оформленням газету. Хоча це не можна вважати анархічним композиційним вирішенням. У газети «Гривна» є своє обличчя, сталі прийоми виділення матеріалів. Редакція шукає «золоту середину», поєднуючи сталі й нові елементи композиційного й графічного розташування матеріалів.

Відомо, що важливу роль в оформленні газети відіграє *колір*, який впливає естетично й емоційно на читача. Як ми вже зазначали, у *кольорі*

друкують *першу/другу й останню/передостанню* шпальти та *розворот*. Відповідно саме на ці сторінки припадають найважливіші матеріали номеру. Розворот зазвичай використовують для реклами або ж замовних матеріалів (джинси).

Доволі часто у «Гривні» використовують прийом *підкладки під текст (плашки)*. Це може бути сіра підкладка (дод. 8) або ж кольорова (дод. 9). Сіру плашку зазвичай використовують частіше для новин, кримінальної хроніки, хоча це правило діє не завжди (дод. 10). І на кольоровій плашці подають новинний контент.

Загалом оцінюючи композицію, архітектоніку, художньо-технічне оформлення газети «Гривна» можемо стверджувати, що усі ці складники відповідають основному завданню редакції – формувати інформаційний порядок денний серед читаючої аудиторії міста Херсона. Редакція експериментує із оформленням, використовує великі фото на першій шпальті, подає у кольорі 8 сторінок із 24. Це сприяє динаміці, відчувається, що редакційний колектив працює на залучення й утримання уваги своїх читачів.

РОЗДІЛ 2

ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГАЗЕТИ «ГРИВНА»

2.1. Рубрикація, тематичне наповнення

Газета «Гривна» (Гр) від початку свого існування (з 1994 р.) позиціонувала себе як *міське видання*, а з часом вийшла на аудиторію Херсонської області. Основний інформаційний фокус газети – життя міста Херсона в усіх його аспектах (економіка, політика, бізнес, культура, історія регіону, спорт, освіта, медицина, дозволя тощо).

Рубрики. У результаті вивчення контенту газети за 2020-2021 рр. ми дійшли висновку, що рубрикація не є сталою. Окремі рубрики трапляються частіше, інші – зрідка.

Город. Це рубрика найчастіше займає с. 2 або с. 3. Трапляється, що «Город» заверстують на с. 6, с. 9 або на останній шпальті (16 с.). Тут розміщують тексти, що порушують найбільш актуальні теми для херсонців. Наприклад, у № 13 від 31.03.21 на у рубриці «Город» подано 4 матеріали. У заголовках 3 із них вжито слово Херсон (для привернення уваги).

Тематика рубрики «Город». Текст «*Горожанам за обслуговування дома приходять сразу две платежки...*» (Гр, №13, 31.03.21) є відповіддю на звернення херсонців щодо неправомірної оплати за проживання в квартирах. Матеріал «*Херсонводоканал» отримав нового директора*» (Гр, №13, 31.03.21) повідомляє про призначення керівником комунального підприємства Віктора Скоблікова. Публікація «*Поліція з народом...*» (Гр, № 38, 16.09.20) розповідає про презентацію головам ОТГ проекту «Поліцейський офіцер громади».

Текст *«В Херсоне более 50 ларьков установили самовольно. И никто этого не замечал?!»* (Гр, №13, 31.03.21) порушує проблему незаконного встановлення МАФів у Херсоні. У рубриці *«Дачники, увага!»* в публікації *«Стартує річкова навігація»* (Гр, №13, 31.03.21) йдеться про графік руху річкових теплоходів на дачні кооперативи.

Матеріал *«Троллейбусы продолжают ездить до ночи»* (Гр, №14, 07.04.21) розповідає про введення в дію рішення міської влади щодо продовження роботи міських троллейбусів до 23:00. У тексті *«Отопительный сезон закончился неожиданно...»* (Гр, №14, 07.04.21) йдеться про неочікуване відключення опалення в багатоквартирних будинках Херсона. Публікація *«Лето будет привычно жарким, но с изюминкой»* (Гр, №14, 07.04.21) є прогнозом начальника Херсонського обласного центру гідрометеорології Юрія Кіріяка щодо погоди навесні та влітку.

Рубрика «На слуху». Розміщено або на 2 с., або на 3 с. Подібно до рубрики *«Город»* тут подають матеріали соціальної тематики, що стосуються кожного мешканця обласного центру. Особливо нічим не відрізняється від рубрики *«Город»*. Трапляється, що цієї рубрики немає у газетному випуску.

Тематика рубрики «На слуху». Текст у рубриці *«Коротко»* *«Вітаємо з столітнім ювілеєм»* (Гр, № 41, 08.10.20) розповідає про святкування поважного ювілею мешканки Херсона Ганни Ланцевої. Публікація *«Чем ближе зима – тем дороже газ»* (Гр, № 41, 08.10.20) повідомляє про підвищення оплати за газ для населення. Матеріал *«Почему подорожал сахар?»* (Гр, № 41, 08.10.20) присвячено аналізу ситуації із підвищенням ціни на цукор.

Текст *«Мешканці Херсонщини гірше за інших платять за комуналку»* (Гр, № 7, 17.02.21) порушує проблему низької активності оплати комунальних послуг (за рейтингом платежів ЖКП Херсонська область посідає третю сходинку з кінця). Публікація *«Биоотходы на свалку»*

выбрасывать нельзя...» (Гр, № 7, 17.02.21) присвячена проблемі утилізації медичних відходів в Україні загалом і в Херсонській області зокрема. У рубриці «Нам пишут» матеріал *«Медик умерла от COVID. Положена ли компенсация?»* (Гр, № 7, 17.02.21) є відповіддю читачці на питання, винесеного в заголовок.

Рубрика «Грани бытия» (с. 3, с. 5) присвячена різноманітним практичним і соціальним проблемам містян.

Тематика рубрики «Грани бытия». У публікації *«Льотные перевозки вернули, но в определенные часы»* (Гр, № 7, 17.02.21) йдеться про затвердження графіку пільгових пасажирських перевезень у тролейбусах і маршрутках міста Херсона. У матеріалі *«Выборча гонка розпочалася»* (Гр, № 38, 16.09.20) розповідається про активізацію політичних партій, формування територіальних виборчих комісій в Херсонській області. Текст *«Подорожание хлеба – грустная реальность»* (Гр, № 7, 17.02.21) є спробою розібратися із ситуацією подорожчання хліба в Україні. Матеріал *«Песок разрешили утилизировать»* (Гр, № 7, 17.02.21) продовжує тему «чорногорського піску». У публікації *«Кожа устала от зимы или вам нездоровится?»* (Гр, № 7, 17.02.21) зібрано поради щодо догляду за шкірою після зимових температур.

Рубрика «Ракурс» (с. 4, с. 8, с. 20) створена для висвітлення гострих проблемних ситуацій у місті та області. Не має фіксованого місця в газеті (може бути і на останній шпальті). Іноді тут подають рекламу (Гр, № 38, 16.09.20).

Тематика рубрики «Ракурс». Публікація *«Суд запретил строить МАФы под Херсонским аграрным университетом»* (Гр, № 7, 17.02.21) присвячена проблемі незаконного будівництва магазинів біля аграрного університету. У журналістському матеріалі *«Ждут, пока жареный петух клюнет?»* (Гр, № 7, 17.02.21) порушується проблема недотримання правил пожежної безпеки об'єктами господарювання (зокрема приватними готелями). Текст *«Учеба «с ветерком» на Херсонщине»* (Гр,

№ 38, 16.09.20) розповідає про те, як пропозицію навчатися на відкритому повітрі обговорюють херсонські чиновники і педагоги. Публікація *«Почему за водоснабжение самая большая комиссия банка?»* (Гр, № 7, 17.02.21) створена за матеріалами листа в редакцію читача газети «Гривна». Він звернувся із проханням розібратися, чому банки з пенсіонерів утримують велику комісію під час оплати комунальних послуг. Текст *«Отруєння журавлів у заповіднику розслідує поліція»* (Гр, № 7, 17.02.21) повідомляє про відкриття впровадження за фактом загибелі червонокнижних журавлів.

Рубрика «Репортер» (с. 5, с. 6, с. 10) розповідає про події в Херсоні або порушує актуальні суспільні проблеми.

Тематика рубрики «Репортер». Текст *«Оставайтесь там, где спали! И вызывайте «скорую» и полицию»* (Гр, № 7, 17.02.21) розповідає про наміри херсонців, які травмувалися внаслідок ожеледиці, подавати судові позови щодо бездіяльності комунальних служб. Матеріал *«Он никогда бы так не поступил»* (Гр, № 38, 16.09.20) присвячено проблемі суїцидів. Текст написано до Всесвітнього дня попередження самовбивств.

У публікації *«Моряки волнуются на суше»* (Гр, № 7, 17.02.21) йдеться про конфлікт між моряками і крюїнговими службами. Матеріал *«Подорожание хлеба – грустная реальность»* (Гр, № 7, 17.02.21) присвячено аналізу ситуації на ринку продажу хліба. Текст *«Вот и полетели головушки...»* (Гр, № 7, 17.02.21) розповідає про спроби звільнити з посади директора КП Павла Ткаченка через незадовільну роботу міських маршруток. У матеріалі *«Херсонські танцюристи отримали премію та грошовий приз»* (Гр, № 7, 17.02.21) йдеться про перемогу вихованців студії «Фантазія».

Рубрика «Обозреватель» (с. 6, с. 12)) вміщує різноманітні матеріали широкої проблематики.

Тематика рубрики «Обозреватель». Публікація *«Недострой забрали. Но достроят ли?»* (Гр, № 7, 17.02.21) присвячена долі

недобудови по проспекту Ушакова 38 (за задумом тут мав бути сучасний телецентр). Матеріал «Сожгли киоск: готовят место под новый?» (Гр, № 38, 16.09.20) розповідає про підпал хлібного кіоску в Херсоні. Текст «Бесплатная медицина официально становится платной» (Гр, № 7, 17.02.21) повідомляє про рішення міської ради Нової Каховки ввести платні медичні послуги. У публікації «Экс-губернатор Херсонщины на новом месте получил более 700 тысяч гривен» (Гр, № 7, 17.02.21) повідомляється про нову зарплату на посаді керівника державного концерну «Укроборонпром» Юрія Гусева. Матеріал «А где же вакцина от COVID?» (Гр, № 7, 17.02.21) порушує тему постачання вакцини від коронавірусу в Херсон і Херсонську область.

Рубрика «Регион» (с. 3, 7) уміщує тексти, пов'язані із проблематикою нашої області.

Тематики рубрики «Регион». Публікація «Дело идет к продаже земли» (Гр, № 7, 17.02.21) розповідає про діяльність на посаді начальника Головного управління Держгеокадастру в Херсонській області Олександра Паливоди. Матеріал «Заморський» вірус іде в наступ» (Гр, № 38, 16.09.20) є узагальненням картини захворюваності на Херсонщині за тиждень. Текст «Уже час подбати про майбутній урожай в саду та на полі» (Гр, № 7, 17.02.21) розкриває тему добрив для сільгоспкультур.

Рубрика «Реклама» (с. 8) заповнена рекламними повідомленням різноманітного змісту. Рекламу подано українською мовою.

Рубрика «Оголошення, реклама» (с. 9) є чи не єдиною, що подана українською мовою. Тут розміщують оголошення про продаж, купівлю, послуги тощо. Також традиційні рубрики «Знайомства» та «Вакансії».

Рубрика «Проблемы». Орієнтуючись на назву рубрики, тут має бути вміщено актуальну аналітику (с. 10).

Тематики рубрики «Проблемы». Публікація «Хулиганили школьники, а заплатят родители» (Гр, № 7, 17.02.21) розміщена у рубриці «Кримінал». Тут йдеться про випадки зі школярами, яких

помічено в цькуванні однокласників, конфліктних ситуаціях. Текст *«Выпивох хотят выпроводить со школьных дворов»* (Гр, № 7, 17.02.21) розповідає про рішення виконавчого комітету Херсонської міської ради почати встановлювати відеокамери на шкільних подвір'ях. У публікації *«Зимняя работа над ошибками»* (Гр, № 7, 17.02.21) йдеться про заходи, що вживає міська рада для боротьби зі снігом та ожеледицею. Матеріал *«Херсонцам коллекторы не угрожают, но звонками терроризируют»* (Гр, № 7, 17.02.21) висвітлює проблему дзвінків від колекторів із погрозами.

Рубрика «Жизнь, досуг». Вона може бути названа **«Круг вопросов».** Передостання шпальта газети (с. 11, с.19). Тут розміщують тексти з метою задовольнити інтерес публіки. Трапляється, що «Круг вопросов» верстають на с. 4 (актуальні суспільні тексти).

Тематика рубрики «Жизнь, досуг»/«Круг вопросов». Традиційно у цій рубриці подають сканворд, рекламу, театральну афішу (анонс вистав Обласного академічного музично-драматичного театру імені Миколи Куліша та Херсонського академічного обласного театру ляльок. Трапляється, що у тут уміщують і тексти. Наприклад, у рубриці «103» заверстано матеріал *«I смерти, i народження»* (Гр, № 7, 17.02.21). У ньому йдеться про те, скільки людей народилося і померло в Херсоні на тиждень. Рубрика *«На дорогах області»* подає новини про ДТП (Гр, № 38, 16.09.20).

Є рубрики, що не повторюються із номера в номер. Наприклад, **«Актуально», «Происшествия», «Орієнтир», «Как это было», «Споживач, реклама», «Ситуация».**

Викликає подив розміщення двох рубрик поруч із однією назвою, але різними мовами: **«Происшествия»** (с. 14) і **«Події»** (с. 15) (Гр, № 38, 16.09.20). Тут опублікували кримінальну хроніку. Трапляється, що в одному номері повторюється рубрика. Наприклад, «Репортер» займає с. 6 і с. 10 (Гр, № 38, 16.09.20).

Питання *мови матеріалів* газети «Гривна» викликає занепокоєння. Неодноразово з уст редакційного колективу лунали заперечення проти україномовних текстів у виданні, мовляв, українською херсонці не читають, тираж буде падати, тому й працюють журналісти переважно російською.

Закон України «Про функціонування української мови як державної» було проголосовано Верховною Радою України 25 квітня 2019 року. Його підписав Президент України Петро Порошенко 15 травня 2019 року. Закон набув чинності 16 травня 2019 року після його публікації в газеті «Голос України». Як виконують норми закону наші друковані медіа?

Мар'яна Закусило у статті «Поетапна українізація: які вимоги щодо медіа увійшли до остаточної версії мовного закону» роз'яснює: «Газети і журнали повинні видаватися українською мовою. Норми закону для загальнодержавної та регіональної преси почнуть діяти через три роки з дня набрання чинності законом – тобто з 16 липня 2022 року, а для місцевої преси – через п'ять років – тобто з 16 липня 2024 року» [8].

Якою ж є мова газети «Гривна»? Ми зробили моніторинг (вибірку) п'яти номерів, підрахували кількість журналістських матеріалів російською та українською. Отримали такі результати:

- № 41 від 08.10.20 російською 63%;
- № 6 від 10.02.21 російською 75 %;
- № 12 від 24.03.21 російською 55 %;
- № 14 від 07.04.21 російською 70 %;
- № 13 від 31.03.21 російською 67 %.

Узагальнені результати такі: ***66 % матеріалів пишуть російською.*** Якщо подивитися предметно, то українською пишуть невеличкі замітки, кримінальну хроніку, взяту з офіційних сайтів правоохоронних органів. ***Авторські публікації переважно російськомовні.*** На нашу думку, така ситуація є негативною. Редакція найбільш масової газети Херсона

продовжує російськомовну політику. Це формує громадську думку херсонців у дусі «какая різниця» і є небезпечним, зважаючи на близькість окупованого Криму і постійну загрозу вторгнення російських окупантів.

2.2. Аналіз матеріалів

У жанровому спектрі сучасної паперової преси має переважати аналітика. Враховуючи, що традиційні друковані ЗМІ не можуть конкурувати в оперативності з соціальними мережами та інтернет-виданнями, оскільки виходять раз на тиждень (у нас в Херсоні друковані газети «Гривна» і «Новий день» виходять щосередини), редакції мають орієнтуватися на пояснювальну журналістику.

Матеріал шеф-редактора газети «Гривна» Валерія Боянжу «*Скажи мне, хто твій кандидат, і я скажу хто ти*» [2]. Жанр – **тактико-аналітична (проблемна) стаття**. Дата виходу: 08.10.20 р. № 41, с. 1.

Автор порушує *проблему вибору*: як українці (зокрема херсонці) обирають і голосують, а потім нарікають на своїх же депутатів.

Структурно текст складається із *заголовка* (в назву винесена основна думка твору), *ліду, карикатури*, на якій зображено недалекого кандидата із пропозицією покращувати врожаї капусти та популяції аїстів для покращення демографічної ситуації (малюнок Володимира Адамовича), *вступної частини* та *двох тематичних блоків*. Яскравим елементом архітекtonіки є *карикатура*, яка показує образ нашого обранця і нас, його виборців. Такий прийом найкраще пасує для аналітики. Образ запам'ятовується краще за фото (дод. 12).

У вступі В. Боянжу у притаманній йому манері іронічного викладу пише, що ототожнення лідеру і власне політичної сили із регіональним кандидатом призводить до краху. Говорить, що місцеві обранці швидко зраджують свою політичну силу, а лідери політичної сили так само швидко відрікаються від них за найменшого галасу і звинувачень. Все це він розповідає, наводячи приклади Володимира Миколаєнка і партії

«Батьківщина» та Владислава Мангера (партія Олега Ляшка). У першому тематичному блоці В. Боянжу продовжує тему зради і наводить факт про вартість прохідного місця на виборах (500 тисяч гривень). Висновок: *«А что потом? А потом суп с котом – для нас, горе-избирателей, которые «ведутся» на «любимую» партию и нередко выбирают в горсовет ублюдков и воровок на доверии, временно прикрывающихся партийным флагом»* [2]. У другому тематичному блоці формулює т.зв. вічні питання «Кто виноват» (відповідає, що самі ми, виборці), а на «Що робити?» - думати. Тут наводить приклад Олени Урсуленко (обиралася від Блоку Петра Порошенка) і самого экс-президента.

Матеріал в повній мірі відповідає жанру проблемної статті, має прекрасне ілюстративне оформлення. Текст вміщено на першу шпальту, зважаючи на актуальність теми, а також на те, що це авторський текст шеф-редактора.

«Мовою задоволені всі?». Автор – вл. іформ. Жанр – *м'яка замітка*. Дата виходу: 03.03.21. № 9. С. 2. Рубрика «Ситуация».

Це м'яка замітка (дод. 13). *Структура* відповідає жанру: заголовок (винесено актуальне питання, на як потім є відповідь у тексті), лід, 4 абзаци. Є відповідь на основні новинарні питання, озвучено факт (дія Закону «Про мову», відповідно до якого у сфері обслуговування треба говорити державною мовою). На основі тверджень уповноваженого із захисту державної мови Т. Кременія наведено статистику скарг. Взято коменту в пресслужбі Нацполіції Херсонської області щодо зафіксованих звернень від херсонців щодо порушення цього закону. Також додано інформацію про нові умови складання обов'язкового екзамену з української мови для держслужбовців. Стиль викладу – публіцистичний.

«Собирается ли херсонский водоканал снизить тариф на воду?». Автор – Альона Шнабська. Жанр – *інформаційна кореспонденція*, що є відповіддю на лист читача в редакцію. Дата виходу: 10.03.21. № 10. С. 4. Рубрика «Нам пишут».

Читач звернувся до редакції із проханням розібратися в ситуації (Херсонводоканал почав виробляти власний реагент для очищення води), яка логічно має призвести до зменшення оплати за воду (дод. 14). Журналістка Альона Шнабська поспілкувалася з директором Михайлом Чемерисом і з'ясувала всі обставини. Тема кореспонденції є актуальною і важливою для всіх херсонців, адже воду споживають і оплачують усі. На нашу думку, не зовсім коректно писати *«как сообщал «Херсонводоканал»*. Це дуже загальне джерело, немає конкретики, що знижує якість журналістського матеріалу.

Журналісти використовують *прийоми наближення інформації до читача*, звертаючись у текстах до херсонців. Наприклад, як в аналізованому вище матеріалі наприкінці авторка зауважила: *«Кстати, читатели, в Херсоне стартует ежегодная профилактическая дезинфекция водопроводных сетей. ... Не забудьте сделать запас воды!»* (Гр, № 10, 10.03.21. с. 4.). Також максимально редакція вживає в заголовках, лідах слова *Херсон, Херсонщина, херсонці* тощо.

«Херсонцы негодуют: когда запустят лифты?!» [20]. Автор – Альона Шнабська. **Жанр – інформаційна кореспонденція.** Дата виходу: 10.03.21. № 10. С. 4. Рубрика «Репортер».

Цей матеріал (дод. 15) так само написано за результатами відкритих звернень херсонців до керівництва міста. Журналістка на початку тексту пише про те, що в соціальних мережах люди написали емоційне послання меру і керівникам ЖКГ щодо непрацюючих ліфтів. І вона дає відповідь на цю проблему. Авторка зазначає, що цю ситуацію редакція тримає на контролі.

Не відповідає журналістським стандартам повноти, достовірності матеріалів оперування такими поняттями: *«написали горожане»* (Хто конкретно і де?), *«город не рассчитался»* (Хто саме? Де документи? Хто винуватий у цьому?), *«владельцы лифтовых предприятий сообщили»*

(імена, прізвища?), «в департаменті пояснили» (немає прямої мови чи цитати). Тема розкрита на поверхово.

«Коронавірус на Херсонщині: ситуація погіршується». Автор – Олена Ляшок. Жанр – *огляд*. Дата виходу: 22.10.20. № 43. С. 5, 18. Рубрика «Актуально»/ «Ракурс».

Тема коронавірусу є топовою ось уже рік. Редакція газети «Гривна» постійно її висвітлює. Помічено, що матеріали на цю тему зазвичай оформлюють як огляди. Це допомагає узагальнити ситуацію на Херсонщині, в Україні та світі.

Публікація поділена на *тематичні блоки*. Це відповідає жанру, оскільки така структура полегшує групування фактів, сприяє кращій концентрації уваги. У *вступі* журналістка наводить перелік районів Херсонщини, які увійшли до «жовтої» зони; говорить про перелік обмежень; цитує заступника медичного директора міської лікарні Т. Димової (цитата взята з сюжету «Суспільного»). Те, що пряму мову записала не працівниця «Гривни», не є великим мінусом, але все ж таки довіру до видання підвищують матеріали, зібрані власними кореспондентами.

У *першому тематичному блоці* «Статистика не обнадійлива» зібрана інформація про поширення коронавірусу на Херсонщині по дням попереднього тижня. *Другий тематичний блок* «Безпека чи освіта?» порушує проблему дистанційного навчання. Із посиланням на сайт Нової Каховки, авторка наводить статистику інфікованих. На нашу думку, є більш достовірні джерела інформації. Також йдеться про пікети батьків Олешок і Нової Каховки, результатом чого стало відновлення навчання школярів (дод. 17).

Третій тематичний блок «За маски на підборіддях каратимуть по-новому» інформує про плани Кабміну посилити відповідальність за недотримання санепідемічних вимог у часи пандемії коронавірусу. Авторка покликається на сайт «Обозреватель». *Четвертий тематичний*

блок «На весілля – з автоматами» розповідає про випадок в Ізраїлі, коли на весілля увірвалися поліцейські, деякі гості постраждали. Покликання – The Guardian. П'ятий тематичний блок «Світ у реаліях пандемії» повідомляє про ситуацію з коронавірусом у Франції та Чехії (покликання на сайт Novinky).

Аналізований текст важко назвати повноцінним авторським матеріалом. Він є узагальненням інформації з різних медіа. На нашу думку, журналістам варто користуватися авторитетними першоджерелами.

Час від час у газеті «Гривна» друкують «Фотоінформацію». Автор – Альона Мельниченко, фото Сергія Болотова. Жанр – *фотозамітка*. Дата виходу: 16.09.20. № 38. С. 9. Рубрика «Город».

Такі тексти завжди супроводжуються фотографією (зазвичай подають у кольорі). Йдеться про намір продати будівлю колишнього готелю «Київ», а нині це власність «Приватбанку». Журналістка повідомляє про аукціон, його дату, особливості будівлі, що виставлена на аукціон (дод. 16).

«В Херсоні взяли за зовнішню рекламу, но как-то пока некрасиво». Автор – Дар'я Лапіна. Жанр – *тематичний звіт*. Дата виходу: 23.02.21. № 8, с. 6. Рубрика «На слуху».

Наскільки зрозуміло із тексту, 16 лютого відбулося засідання виконавчого комітету Херсонської міської ради. На ньому питання зовнішньої реклами озвучила керівник управління естетики і зовнішньої реклами Т. Угріна. Журналістка використовує непряму мову доповідачки, яка називає дані по демонтажу нелегальних рекламних об'єктів (дод. 18).

На жаль, авторка не покликається на документи, а лише на слова чиновниці. Для повноти і об'єктивності подання такої інформації відповідно до журналістських стандартів одних слів керівниці Т. Угіної недостатньо.

У другій частині матеріалу йдеться про обговорення плану робіт з демонтажу нелегальних рекламних об'єктів та голосування за встановлення нових. Авторка переказує дискусію з цього приводу, яка відбулася на засіданні. Завершується матеріал відповідно до законів жанру звіту – рішеннями виконавчого комітету.

ВИСНОВКИ

Журналістикознавчий аналіз найпопулярнішої на Херсонщині газети «Гривна» дозволив зробити такі висновки щодо її композиції, художньо-технічного оформлення, контенту, жанрового багатства.

У вихідних даних газети зазначено, що «Гривна» – інформаційно-економічний, культурно-просвітницький часопис. Це незалежна газета, організована редакційним колективом. Виходить у світ з 1994 року. *Мова матеріалів:* російська (значно переважає), українська. Офіційний сайт: <https://grivna.ks.ua/>

Формат А-3, обсяг 2 друк. арк. Наклад у 2015 році від 47800 до 48500 прим.; у 2021 р. від 23550 до 32170 прим.

Редакційний колектив очолює багаторічний шеф-редактор Валерій Боянжу.

Структурно-композиційні особливості. Газета «Гривна» виходить у *форматі А-3*, що характерно для сучасної української міської друкованої періодики. Це формат європейської таблоїдної преси, зручний для читання в транспорті, носіння в сумці. ***Кількість шпальт:*** від 12 до 24. Припускаємо, що обсяг газети залежить від тематичної й рекламної наповненості. ***Кількість текстових колонок на шпальті:*** 5. Це притаманно для таблоїдного формату і є виправданим, зручним для сприйняття матеріалів читачами.

Заголовна частина газети. Складається із кількох постійних елементів. ***Назву*** газети «Гривна» набрано прописом білим по зеленому (дод. 1). Розташовано у верхньому лівому куті першої шпальти. Має знак копірайтингу. Припускаємо, що *назва має символічне значення* (гривна – це старовинна нашійна прикраса у вигляді обруча) і була замовлена у художника, а потім зроблено кліше. Шрифт назви газети естетично

привабливий, добре запам'ятовується. Херсонці звикли до такого оформлення, воно не ріже ока.

Місце поруч із заголовною частиною (т.зв. *шпіль*) використовують для розміщення різних відомостей. Справа від заголовка (умовно це 1/2 ширини шпальти) подають зазвичай анонси найважливіших матеріалів випуску.

Серед *розділових засобів* редакція «Гривни» надає перевагу *пробільним елементам*. Завдяки цьому виникає необхідне повітря (світлий фон). Пробільними елементами відокремлюються колонки, розділяються матеріали, виділяють окремі добірки, рубрики, тематичні блоки.

У *рамках* оформлюють рекламні матеріали (дод. 4). Передостанні сторінки газети «Гривна» майже суцільно складаються з реклами, яку подають у рамках різної товщини, а також у плашках (це залежить від ціни, яку сплачує клієнт).

Авторський підпис (ім'я і прізвище журналіста) у газеті «Гривна» подають на початку матеріалу після ліду і виділяють зверху і знизу лінійками, а справа акцентним квадратом (дод. 6) або ж наприкінці матеріалу напівжирним накресленням і вже без лінійок (дод. 7).

В композиції видання використано *різні види верстки* (асиметрія, симетрія «млин», осьова симетрія). Нами не помічено єдиної зафіксованої верстки. Кожен номер (навіть перша шпальта) заверстані по-різному. На нашу думку, це відповідає часу. Читачам нудно було б читати однакову за оформленням газету. Хоча це не можна вважати анархічним композиційним вирішенням. У газети «Гривна» є своє обличчя, сталі прийоми виділення матеріалів. Редакція шукає «золоту середину», поєднуючи сталі й нові елементи композиційного й графічного розташування матеріалів.

Доволі часто у «Гривні» використовують прийом *підкладки під текст (плашки)*. Це може бути сіра підкладка (дод. 8) або ж кольорова

(дод. 9). Сіру плашку зазвичай використовують частіше для новин, кримінальної хроніки, хоча це правило діє не завжди (дод. 10). І на кольоровій плашці подають новинний контент.

Загалом оцінюючи композицію, архітектоніку, художньо-технічне оформлення газети «Гривна» можемо стверджувати, що усі ці складники відповідають основному завданню редакції – формувати інформаційний порядок денний серед читаючої аудиторії міста Херсона. Редакція експериментує із оформленням, використовує великі фото на першій шпальті, подає у кольорі 8 сторінок із 24. Це сприяє динаміці, відчувається, що редакційний колектив працює на залучення й утримання уваги своїх читачів.

Рубрикація, тематичне наповнення. Газета «Гривна» (Гр) від початку свого існування (з 1994 р.) позиціонувала себе як *міське видання*, а з часом вийшла на аудиторію Херсонської області. Основний інформаційний фокус газети – життя міста Херсона в усіх його аспектах (економіка, політика, бізнес, культура, освіта, медицина, дозвілля тощо).

Рубрики. У результаті вивчення контенту газети за 2020-2021 рр. ми дійшли висновку, що рубрикація не є сталою. Окремі рубрики трапляються частіше («*Город*», «*На слуху*», «*Грани бытия*», «*Ракурс*» «*Репортер*», «*Обозреватель*», «*Регион*», «*Реклама*», «*Жизнь, досуг*»), інші – зрідка. Є *рубрики*, що не повторюються із номера в номер. Наприклад, «*Актуально*», «*Происшествия*», «*Орієнтир*», «*Как это было*», «*Споживач, реклама*», «*Ситуация*».

Загалом помічено, що наповнення рубрик особливо не вирізняється. Тут розміщують тексти, що порушують найбільш актуальні теми для херсонців.

Викликає подив розміщення двох рубрик поруч із однією назвою, але різними мовами: «*Происшествия*» (с. 14) і «*Події*» (с. 15) (Гр, № 38, 16.09.20). Тут опублікували кримінальну хроніку. Трапляється, що в

одному номері повторюється рубрика. Наприклад, «Репортер» займає с. 6 і с. 10 (Гр, № 38, 16.09.20).

Питання *мови матеріалів* газети «Гривна» викликає занепокоєння. Неодноразово з уст редакційного колективу лунали заперечення проти україномовних текстів у виданні, мовляв, українською херсонці не читають, тираж буде падати, тому й працюють журналісти переважно російською.

Якою ж є мова газети «Гривна»? Ми зробили моніторинг (вибірку) п'яти номерів, підрахували кількість журналістських матеріалів російською та українською. Отримали такі результати:

- № 41 від 08.10.20 російською 63%;
- № 6 від 10.02.21 російською 75 %;
- № 12 від 24.03.21 російською 55 %;
- № 14 від 07.04.21 російською 70 %;
- № 13 від 31.03.21 російською 67 %.

Узагальнені результати такі: ***66 % матеріалів пишуть російською.*** Якщо подивитися предметно, то українською пишуть невеличкі замітки, кримінальну хроніку, взяту з офіційних сайтів правоохоронних органів. ***Авторські публікації переважно російськомовні.*** На нашу думку, така ситуація є негативною. Редакція найбільш масової газети Херсона продовжує російськомовну політику. Це формує громадську думку херсонців у дусі «какая різниця» і є небезпечним, зважаючи на близькість окупованого Криму і постійну загрозу вторгнення російських окупантів.

Жанрова своєрідність. У жанровому спектрі сучасної паперової преси має переважати аналітика. Враховуючи, що традиційні друковані ЗМІ не можуть конкурувати в оперативності з соціальними мережами та інтернет-виданнями, оскільки виходять раз на тиждень (у нас в Херсоні друковані газети «Гривна» і «Новий день» виходять щосередини), редакції орієнтуються на пояснювальну журналістику. Загалом так воно і є.

Серед матеріалів чимало *зіміток, фотоінформації, кореспонденцій, листів в редакцію*; чимало також і авторських текстів аналітичного спрямування (*статті, огляди*). Наприклад, це ***тактико-аналітична (проблемна) стаття*** шеф-редактора газети «Гривна» Валерія Боянжу *«Скажи мне, кто твой кандидат, и я скажу кто ты»* [2]. Автор порушує *проблему вибору*: як українці (зокрема херсонці) обирають і голосують, а потім нарікають на своїх же депутатів. Значно увиразнює статтю *карикатура* (малюнок Володимира Адамовича), яка показує образ нашого обранця і нас, його виборців. Такий прийом найкраще пасує для аналітики.

Журналісти використовують *прийоми наближення інформації до читача*, звертаючись у текстах до херсонців. Також максимально вживають у заголовках, лідах слова *Херсон, Херсонщина, херсонці* тощо.

Помічено, що журналісти газети «Гривна» не завжди дотримуються журналістських стандартів подання інформації, не використовують покликання на авторитетні джерела інформації. Наприклад, в інформаційній кореспонденції Альони Шнабської *«Херсонцы негодуют: когда запустят лифты?!»* [20] авторка оперує такими поняттями: «написали горожане» (Хто конкретно і де?), «город не рассчитался» (Хто саме? Де документи? Хто винуватий у цьому?), «владельцы лифтовых предприятий сообщили» (імена, прізвища?), «в департаменте объяснили» (немає прямої мови чи цитати). Тема розкрита поверхово.

Загалом контент газети, його художньо-технічне оформлення відповідає часу. Є порушення журналістських стандартів, забагато російської мови. Проте є й яскраві авторські тексти (наприклад, публікації шеф-редактора Валерія Боянжу), які приваблюють херсонців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бобков А. К. Газетные жанры: учеб. пособие. Иркутск: Иркут. ун-т, 2005. 64 с.
2. Боянжу В. Скажи мне, кто твой кандидат, и я скажу кто ты. Газета «Гривна». № 41. 08.10.20 р. С. 3. веб-сайт. Гривна. URL: <https://grivna.ks.ua/publikatsii/skazhi-mne-kto-tvoy-kandidat-i-ya-skazhu-kto-ty>
3. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі: Моногр. Київ: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
4. Гривна (газета). Матеріал з Вікіпедії. веб-сайт. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_\(%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D1%82%D0%B0\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_(%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D1%82%D0%B0))
5. Гривна. Газета. веб-сайт. URL: <http://uaport.net/cat/site/grivna-ks-ua>
6. Гривна. Офіційний сайт газети. веб-сайт. URL: <https://grivna.ks.ua/>
7. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і допов. / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін.; заред. В. В. Різуна. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. 352 с.
8. Закусило М. Поетапна українізація: які вимоги щодо медіа увійшли до остаточної версії мовного закону. Детектор медіа. веб-сайт. URL: <https://detector.media/rinok/article/167335/2019-05-16-poetapna-ukrainizatsiya-yaki-vymogy-shchodo-media-uviyshly-do-ostatochnoi-versii-movnogo-zakonu/>
9. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. 2-ге вид. Львів, 2004.

10. Іванов В.Ф. Техніка оформлення газети: Курс лекцій. К., Т-во «Знання», КОО, 2000. 222 с.
11. Карпенко В.О. Газетні жанри як комунікативні форми журналістики: Текст лекції для студентів Інституту журналістики з курсу «Основи професійної комунікації» / Київ. нац. ун-т імені Т. Шевченка. Ін-т журки. К., 2002. 37 с.
12. Кривошея Г.П. Теорія і практика журналістики : навч. посібник. Київ : Книжкове вид-во НАУ, 2007. 220 с.
13. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. Вид. 3-е доп. і поліпш. К. : ЦУЛ, 2002. 284 с.
14. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. / Під ред. О. Іванової. Київ: ТОВ «Бізнесполіграф», 2019. 232 с. URL: http://www.ualocal.media/wp-content/uploads/2019/09/tutorial_print.pdf
15. Орлова Н. Вияви жанрової дифузії у херсонській пресі // Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Буча, березень 2019 р.: Тези доп.: К.: Міленіум, 2019. С. 40-42. URL: <http://eportfolio.kubg.edu.ua/data/conference/4562/document.pdf>
16. Піддубняк В. Г. Словник журналіста і видавця. Херсон : ХМД, 2005. 120 с.
17. Серажим К. С. Текстознавство : підручник. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 527 с.
18. Тертичний А.А. Жанры периодической прессы. Уч.пособие. Москва : Аспект пресс, 2000.
19. Шкляр В.І. Теорія і методика журналістської творчості : посіб. К., 1999.
20. Шнабская А. Херсонцы негодуют: когда запустят лифты?! Газета «Гривна». № 10. 10.03.21. С. 4. веб-сайт. Гривна. URL: <https://grivna.ks.ua/publikatsii/hersoncy-negoduyut:-kogda-zapustyat-lifty>

ДОДАТКИ

Додаток 1.



Додаток 2.



Додаток 3.



Додаток 4.

Р Е К Л А М А

ПЕРЕМОТКА

- ЕЛЕКТРИЧНИХ ДВИГУНІВ
- НАСОСІВ
- ЗАВ'ЯЗУВАЛЬНИХ АПАРАТІВ
- ТРАНСФОРМАТОРІВ
- ЕЛЕКТРОМАГНІТНИХ КОТУШОК

ФОРМА ОПЛАТИ
БУДЬ-ЯКА

Фул. Залізнична, 8
Територія м. Львова
автопарку, т. 425-422,
(050) 576-55-47, (050) 924-30-34,
(097) 081-12-13

**КРАЩІ
ДЕПОЗИТИ**

22,5%

СПЛАТА ВІДСОТКІВ
ЩОМІСЯЧНО
РЕАЛЬНІ КРЕДИТИ

**БЕБКО
ФІНАНС**

Спеціалізована банківська компанія з надання банківських послуг

www.becko.com.ua
(093) 277-04-40, (097) 277-05-50, м. Львівська, 48

**АГЕНТСТВО НЕРУХОМОСТІ
ИЗУМРУД**

тел. (050) 396-47-77, факс 31-11-44
www.izumrud.net.ua
e-mail: izumrudrealty@gmail.com

**КУПІВЛЯ • ПРОДАЖ
ОБМІН • КОНСУЛЬТАЦІЇ**

ДАЮ ПОРАДИ

та допомагаю
в різних сімейних
проблемах і
життєвих ситуаціях

моб. (050) 293-24-49
Тетяна

вул. І. Кулика, 149, кв. 41
(в будь-який час)

Додаток 5.

■ Нам пишуть

Земля: ликбез

«Уважаемая редакция, – обратилась в “Гривну” наша читательница из Великолепетихского района Светлана Андреевна, – подскажите, пожалуйста, для чего нужна нормативная денежная оценка земельного участка? Мне от тети дексировалась. Коэффициент индексации в 2010-м, 2011-м, 2012-м и 2013 годах составлял тоже 1,0, в 2014 году – 1,249, в 2015-м –

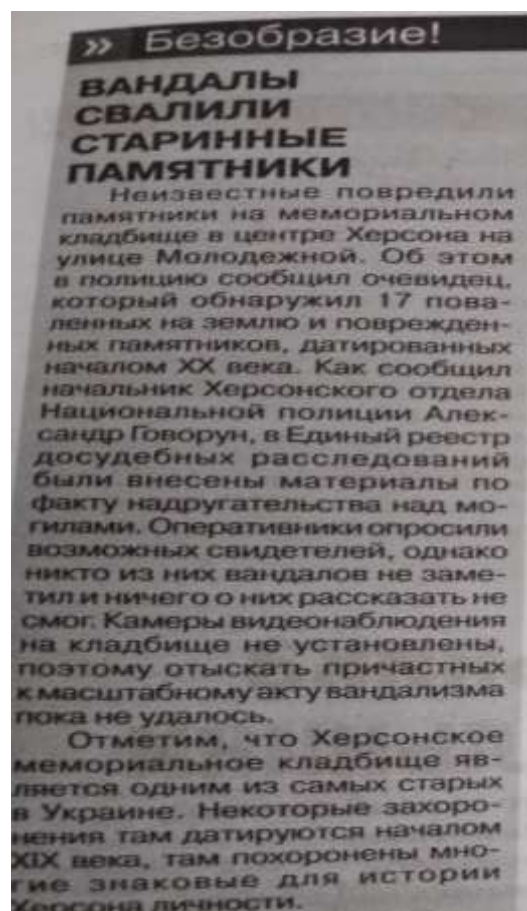


Додаток 6.

**что РЯДОВОЙ РАБОЧИИ
целый год живёт на ОДНУ
(в смысле месячную)
зарплату мэра Херсона**

■ **Алёна ГРЕБЕНЮК**

П аже если у чиновника оклад



» Ну и ну!

КИЕВ ПРИКАЗАЛ СНЕСТИ «ЛЕГЕНДАРНУЮ ТАЧАНКУ»

Киевский институт национальной памяти – главный эксперт в Украине по вопросам декоммунизации – приказал совершить дикость: снести «Легендарную тачанку» под Каховкой. Из письма, адресованного в горсовет Каховки из Института и опубликованного в соцсети мэром Андреем Дяченко, понятно, что некто настучал в Киев по этому поводу. Мол, горсовет ненадлежаще выполняет закон, сказано в документе. А также, что «Тачанка» и ещё один монумент – «Девушка в шинели» символизируют коммунистический тоталитарный режим. Во как! Не единство народа, сильный дух, память о героях, а «режим».

Хотя монумент «Легендарная тачанка» посвящен героям Гражданской войны, установлен более 50 лет назад на том

Додаток 10.



Додаток 11.



Скажи мне, кто твой кандидат, и я скажу, кто ты

А что, сограждане, разве вы не слышали или не читали подобный бред по самым различным темам из уст нынешних кандидатов в мэры или депутаты? Господи, сколько же среди них страдают словесным поносом?! Кстати, 25 октября в календарях числится как Всемирный день макарон. Эх, не навешать бы в этот день нам самим себе лапши на уши...

- ЧТОБЫ УЛУЧШИТЬ ДЕМОГРАФИЧЕСКУЮ СИТУАЦИЮ В СТРАНЕ, НЕОБХОДИМО РАЗВОДИТЬ АИСТОВ И УВЕЛИЧИТЬ ПОСЕВЫ КАПУСТЫ...

рисунок Владимира Адамюка

Считанные дни остались до дня нашего выбора – 25 октября, так что, думаю, понятно: речь идёт о кандидатах в органы местной власти

■ Валерий БОЯНЖУ

Все они разномастные и «разноцветные» – если говорить о цветах партийных флагов. И вот тут – главная заковыка, которую с вами, уважаемые читатели, и хотелось бы обсудить. Чтобы в «день Д» у избирательной урны мы не пу-

тали, как говорят в народе, некий другой орган с пальцем, нам всем следует прежде всего понять... самих себя. Вот, к примеру, кому-то импонирует «Батьківщина» и её лидер – г-жа Тимошенко. Что ж, такой выбор – это вполне нормально. А теперь давайте вспомним, под чьим флагом в кабинет мэра Херсона после предыдущих выборов зашёл Владимир Николаенко, приведший Херсон в состояние клинической смерти? Правильно, он зашёл под «бело-сердечным» флагом Юлии Тимошенко. Можно ли это оценивать как негатив в сторону «Батьківщини»? Нет, нельзя. Потому что после воцарения в Херсоне Николаенко немедленно отшвырнул подальше «юлино-партибилет. И «Батьківщина» вообще, и Юлия Владимировна в частности имели нулевой уровень влияния на своего, казалось бы, засланца. Ну что, чувствуете разницу между уважением к партии и надеждой на то, что её выдвиженец, став мэром или местным депутатом, будет порядочно вести себя по отношению к людям? Ещё пример? Нет проблем! Среди нас явно имеются граждане, которым по душе Радикальная партия и её лидер – Олег Ляшко.

Окончание на стр. 9.

МОВОЮ задоволені всі?

«Добрий день, пакет потрібен?» – тепер саме це найчастіше чуєш на касі в супермаркеті, та й у невеликих магазинчиках, хоч і рідше...

Нагадаємо, з 16 січня вступила в силу стаття 30 Закону «Про мову», згідно з якою мовою обслуговування споживачів в Україні є державна мова. За словами уповноваженого із захисту державної мови Тараса Креміня, за місяць із невеликим на недотримання цього правила поскаржилися 647 громадян. Найбільше скарг надійшло з Києва та Київської області – 284, зі Львівської області – 58 звернень. А ось на Херсонщині незадоволеними мовою побутового обслуговування виявилися всього лише 3 людини. Як, до речі, й у Івано-Франківській, Кіровоградській, Закарпатській і Хмельницькій областях. Як зазначив Кремінь, переважна більшість звернень (299) стосується відсутності української версії веб-сайтів про надання послуг інтернет-магазинів.

139 громадян поскаржилися на порушення своїх прав у сфері обслуговування.

Як «Гривні» повідомили в пресслужбі Нацполіції в Херсонській області, правоохоронцями не зафіксовано жодного звернення від громадян щодо порушення мовного закону.

А з 16 липня всіх чиновників зобов'язують складати іспит із української мови, згідно з рішенням Кабміну. Передбачається, що іспит складатиметься з двох частин – письмової (електронний тест і написання тексту) та усної (онлайн-бесіда з екзаменатором).

На державну посаду зможуть претендувати ті особи, які володіють українською мовою на достатньому й високому рівні. Отриманий сертифікат діятиме безстроково.

Вл. інформ.

■ Нам пишут

Собирается ли херсонский водоканал снижать тариф на воду?



«Слышал, что наш херсонский водоканал для очистки воды и промывки водопроводных сетей начал самостоятельно производить обезвреживающий реагент, — обратился в редакцию газеты Павел Сергеевич из Херсона»

Я так понимаю, что это большой плюс для предприятия, а также и для абонентов. Ведь теперь дезинфекция сетей должна обходиться дешевле, а значит и тариф должен уменьшиться. Узнайте, пожалуйста, собирается ли хозяйство снизить стоимость водоснабжения и будет ли уже этой весной дезинфицировать сети веществом своего производства?»

Действительно, 24 февраля 2021 года в Херсоне на насосной станции водопровода № 4 стартовало производство гипохлорита натрия — реагента, которым дезинфицируют воду. Как сообщил «Херсонводоканал», оборудование по производству гипохлорита натрия было приобретено благодаря сотрудничеству с Ассоциацией водоканалов Словакии и Ассоциацией «Укрводоканал-экология» в рамках реализации проекта «Безопасная вода для Херсона». Наше водохозяйство стало победителем в этом грантовом конкурсе, объявленном МИД Словакии и Словацким агентством по международному сотрудничеству и развитию. Причем «Херсонводоканал» первым в Украине получил 100 тысяч грантовых евро на реализацию проекта.

Специалисты участка «Водо-забор-2» оперативно выполнили монтаж оборудования, пусконаладочные работы и запуск собственного мини-завода, который позволит обеспечить дезинфи-

цирующим реагентом самую большую насосную станцию города. Она обеспечивает водой жителей Таврического и частично Днепропетровского районов.

Сырьем для мини-завода является обычная поваренная соль. Ее растворяют в воде определенной температуры, после чего через соль пропускают электрический ток. Результатом химической реакции является гипохлорит натрия, который аккумулируется в специальных емкостях для хранения, и водород, который высвобождается в атмосферу. Производство не наносит вред ни работникам, ни окружающей среде. Линия максимально автоматизирована и требует вмешательства оператора только на этапе загрузки соли. Современное производственное оборудование не нуждается в частой замене электродов, ресурс работы которых составляет 15 лет, что уменьшает амортизационные расходы. По качеству окислительной способности и сроком хранения гипохлорит натрия собственного производства существенно превосходит покупной реагент, констатируют в водоканале. Так, хранить гипохлорит, полученный электролитическим методом, можно до года, тогда как покупной при транспортировке и хранении быстро теряет свою концентрацию.

То, что теперь предприятие начало немного экономить деньги, подтвердил и директор «Херсонводоканала» Михаил Чемерис:

«Мы установили собственное оборудование по производству гипохлорита, которое позволит не только избежать зависимости от монополиста-производителя, но и сэкономить до 60% средств, которые предприятие тратит на обеззараживание воды. А также мы можем предоставлять безопасную воду порядка 90 тысячам жителей города (треть всех горожан)».

Однако, как «Гривна» выяснила в пресс-службе предприятия, снижать тариф на воду водоканал не собирается. Причин несколько. Пока оборудование для производства гипохлорита установлено только на одной насосной — самой большой, а всего их четыре. И такое оборудование необходимо установить на остальных насосных, чтобы предприятие себя полностью обеспечило реагентом.

Та небольшая экономия средств, которую теперь получает водоканал, будет учтена только при расчете тарифа в будущем — когда придет время очередного пересмотра стоимости водоснабжения. А пока эту экономию «съедают» тарифы на электроэнергию и другие затраты, которые увеличиваются в связи с ростом цен.

Впрочем, в этом году хозяйство пока не планирует пересмотр тарифа, ведь водоснабжение в Херсоне подорожало с 1 января 2021 года.

Кстати, читатели, в Херсоне стартует ежегодная профилактическая дезинфекция водопроводных сетей. Первый на очереди — Карантинный остров, где отключение воды и промывка труб запланированы на 16–17 марта. Не забудьте сделать запас воды!

Алёна ШНАБСКАЯ

Херсонцы негодуют: когда запустят лифты?!

Жители Херсона снова напоминают мэру о неработающих в городских многоквартирных домах лифтах. Максиму В. мэру в соцсети опубликовали обращение к Игорю Колышкеву и руководству департамента ЖКХ

Уважаемый мэр и руководители ЖКХ, которые едут на "Засидку". Когда в городе включат 88 остановленных лифтов? Люди регулярно платили за каждую поездку! Хотели сделать пожилые люди, инвалиды и детишки! Что должны сделать власти города, чтоб вы заработали наконец 100%,- написали херсонцы

"Трижды" осложненная ситуация с остановившимися лифтами в Херсоне, что случилось еще в 2020 году. Под новый год в многоквартирных домах больше 40 лифтов – тех, которые были уже отремонтированы по специальному списку и уже запущены в эксплуатацию. За чем город не рассчитался подрядчикам – а это более 7 миллионов гривен. Плюс 88 остановившихся лифтов не попали в специальный список на ремонт в 2020 году, хотя сроки их эксплуатации истекли, и лифтовики ждут за ними оплаты.

Сами владельцы лифтовых предприятий, которые занимались ремонтом, сообщают, что остановка лифтов связана с неподписанными заказчиками актов и невыполнением дого-

ворных обязательств по оплате выполненных работ по капитальному ремонту. Их работа приостановлена до получения задолженности. В департаменте ЖКХ Херсона тогда объяснили работу на фоне профинансирования департаментом бюджета и Финансов. А директор этого департамента Роман Подгиря тогда все никак не мог подписать указы на увольнение директору департамента ЖКХ Александру Байтало.

В общем, бюджетный год для горсовета закончился, а вместе с ним и арены на расчет с лифтовыми предприятиями. А на новом году не было ни новых финансирования, ни что необходимо было директору департамента ЖКХ, чтобы на законных основаниях расплатиться с подрядчиками за работу, выданные деньги из горсовета, поэтому должны обратиться в суд, получить исполнительное решение, и только тогда это станет основанием для того, чтобы в городском правительстве выделили деньги. В принципе подрядчики так и сделали. И даже по суду были заставлены в работу некоторые отремонти-

рованные лифты.

Но мэр Игорь Колышка почему-то делегировал проведение должностными лицами экспертизы ремонта лифтов. Проверка всё-таки показала, что лифты готовы к эксплуатации. Но вот деньги лифтовому фонду на счету. А на обращении херсонцев Колышка так и не ответил словами: «О лифтах "на порядок" – не обеспокоены, они не являются задачей, чем будут заниматься эксперты. Почему так задержка с прошлым годом – неграмотные упреки. Возмущены вами людьми. Ручки опускаются. Действия согласно своему плану».

Впрочем, если в ближайшее время мэром будет назначен местный мэр, уже отремонтированные лифты начнут работать с ремонтом и запущены остановленные на законных основаниях 88 лифтов. Однако, если лифтовики не получат деньги в текущий месяц на 2021 год, то сделать это может только новоизбранный департамент городского хозяйства, а в своем полномочии он вступает лишь с 1 июля. Если надежды, что мэр бы с мэром новоизбранный директор начнет формировать тендеры на ремонт лифтов. Но разработанные натурные списки ещё должны пройти различные согласования, и потом утверждение. Так что не стоит лишать людей надежд.

Алена ШНАСКАЯ

» ФОТОинформация



«ПриватБанк» продает здание, расположенное в самом сердце Херсона (см. фото). Речь идет о бывшей гостинице «Киев» на проспекте Ушакова, 43, где находилось центральное отделение «ПриватБанка». Недвижимость пойдет «с молотка» на аукционе, который запланирован на 23 сентября, сообщает госпредприятие «СЕТАМ». «ПриватБанк» оценил свое имущество в 52,5 миллиона гривен.

Что же достанется новому владельцу? Здание более 5000 квадратных метров состоит из двух отдельно управляемых частей. В правой части в 2014 году проведена реконструкция под трехзвездочный отель среднего класса на 60 номеров. В гостинице есть два конференц-зала: один на 100 посадочных мест с помещением для кофе-брейков, а второй – на 30 посадочных мест. В левой части здания предоставляется в аренду нежилая недвижимость под офисы. Как уверяет продавец в договоре купли-продажи, здание не под арестом и не заложено. По состоянию на 15 сентября заявку на участие в аукционе подал 1 участник.

К слову, в июле этого года на аукционе была продана киевская гостиница «Днепр», которая была построена в 1964 году – так же, как и херсонская «Киев». Столицную гостиницу выкупили за рекордные 1 миллиард 111 миллионов гривен.

Алена МЕЛЬНИЧЕНКО, фото Сергея БОЛОТОВА

Коронавірус на Херсонщині: ситуація погіршується

Херсонщина «жовтіє» все більше – та не через осіні фари, на жаль, а через погіршення ситуації з коронавірусом

«Жовта» зона, до якої минулого літня лавина потрапили Херсон, Нова Каховка та Білозерський, Новоградський, Іванківський і Олександрівський райони, поширилася 14 жовтня на Великоколотський, Каланциївський, Малинський райони та місто Глобу Простань. А от Херсон, Великоколотський і Новоградівський райони перейшли за рішенням комісії ТЕБ і НС до «помаранчевої» зони. Це означає, що тут заборонені масові заходи зі участю більше 20 осіб, робота закладів розміщення (хостели, туристичні бази тощо), крім готелів; діяльність розважальних закладів і ресторанів у нічний час; планові госпиталізації в лікарнях. Також мають закритися спортивні, фітнес-центри, заклади культури.

Заступниця медичного директора зі стаціонарної допомоги міської лікарні імені Дунаєвського Тетяна Димові розповідає, що нею там не приймають планових хворих: «Якщо можна ідентифікувати госпіталізованого, то ці хворі будуть лікуватися удома сімейними лікарями», – говорить «Суспільне».

А всі ургентні відділення працюють у режимі 24/7/31 – дежурні лікарі згодом прийматимуть кождого хворого і підаран.

У обласному драмтеатрі імені Куліша вистава не адіялює, але додатою певні обмеження. Зали можна заповнювати до 50% на відстані 1,5 метра один від одного, перевіряють температуру на вході, контролюють масковий режим. На вході облаштована дезинфекційна рамка, яка чергує сенсорну кнопку обробки одягнення.

Спортивні та фітнес клуби в місті працюють, але з додатковими обмеженнями: дотримання дистанції 1,5 м й попередній запис на групові заняття, послідовне прибирання та дезинфікування приміщень.

СТАТИСТИКА НЕ ОБНАДИЛИВА

Попри всі попередні застереження статистика свідчить, що поширення коронавірусу на Херсонщині відбувається досить швидко. Так, 13 жовтня в області зареєстрували 88 нових лабораторно підтверджених випадків захворювання на COVID-19, із яких 12 медичних працівників і 5 дітей. Найбільше традиційно, як і в інших областях України, в Херсоні – 45 осіб, а також в Іванківському районі, 9 – Білозерському. До медичних закладів доорановано 16 хворих. Померли від подвійного пневмонії та COVID 6 людей: жителя Херсона – чоловік віком 69, 65, 58, 46 років і 70-річна жінка, а також 55-річний житель Малинського району. Одужали 93 людини.

17 жовтня – 92 нові випадки, із яких 6 дітей і 2 медіцпрацівники. Найбільше – в Херсоні: 28 осіб, по 8 осіб – у Білозерському та Новоградівському районах. Госпіталізовані 15 осіб, одужували 61 одужали.

18 жовтня – 96 нових випадків, із яких 5 дітей і 3 медіцпрацівники. 57 із них, хто захворів, – херсонці: 12 – жителі Новоградівського району, 10 – Білозерського. Просімпалися в лікарнях, померли 73-річний херсонський і 60-річний житель Білозерського району.

19 жовтня – 59 нових випадків, із яких 3 дитини та 4 медіцпрацівники, 36 хворих – жителі Херсона. Всі перебувають на самоізоляції. Померли, на жаль, 52-річна жителька Білозерського району та 74-річна – Каланциївської, 82-річний житель Новоколотського району та 43-річний одужав.

116 нових випадків захворювання на COVID-19, із яких 8 дітей зареєстрували 27 хворих, 10 осіб – жителі Олександрівського району, 9 – Білозерського. До медичних закладів доорановано 16 хворих. Померли від подвійного пневмонії та COVID 6 людей: жителя Херсона – чоловік віком 69, 65, 58, 46 років і 70-річна жінка, а також 55-річний житель Малинського району. Одужали 93 людини.

17 жовтня – 92 нові випадки, із яких 6 дітей і 2 медіцпрацівники. Найбільше – в Херсоні: 28 осіб, по 8 осіб – у Білозерському та Новоградівському районах. Госпіталізовані 15 осіб, одужували 61 одужали.

18 жовтня – 96 нових випадків, із яких 5 дітей і 3 медіцпрацівники. 57 із них, хто захворів, – херсонці: 12 – жителі Новоградівського району, 10 – Білозерського. Просімпалися в лікарнях, померли 73-річний херсонський і 60-річний житель Білозерського району.

19 жовтня – 59 нових випадків, із яких 3 дитини та 4 медіцпрацівники, 36 хворих – жителі Херсона. Всі перебувають на самоізоляції. Померли, на жаль, 52-річна жителька Білозерського району та 74-річна – Каланциївської, 82-річний житель Новоколотського району та 43-річний одужав.

116 нових випадків захворювання на COVID-19, із яких 8 дітей зареєстрували 27 хворих, 10 осіб – жителі Олександрівського району, 9 – Білозерського. До медичних закладів доорановано 16 хворих. Померли від подвійного пневмонії та COVID 6 людей: жителя Херсона – чоловік віком 69, 65, 58, 46 років і 70-річна жінка, а також 55-річний житель Малинського району. Одужали 93 людини.

17 жовтня – 92 нові випадки, із яких 6 дітей і 2 медіцпрацівники. Найбільше – в Херсоні: 28 осіб, по 8 осіб – у Білозерському та Новоградівському районах. Госпіталізовані 15 осіб, одужували 61 одужали.

18 жовтня – 96 нових випадків, із яких 5 дітей і 3 медіцпрацівники. 57 із них, хто захворів, – херсонці: 12 – жителі Новоградівського району, 10 – Білозерського. Просімпалися в лікарнях, померли 73-річний херсонський і 60-річний житель Білозерського району.

19 жовтня – 59 нових випадків, із яких 3 дитини та 4 медіцпрацівники, 36 хворих – жителі Херсона. Всі перебувають на самоізоляції. Померли, на жаль, 52-річна жителька Білозерського району та 74-річна – Каланциївської, 82-річний житель Новоколотського району та 43-річний одужав.

БЕЗПЕКА ЧИ ОСВІТА?

Нова Коронавірусна пандемія тріє місяці на Херсонщині за наблизо хворих на COVID-19, пошкоджені «Олівець НК». У офіційній статистиці не перебувають 22 інфіковані особи. Проте ймовірно достатньою робота школи міста працюють у звичайному режимі. Вранці, ніччати відкриті після того, як батьки віддали своїх дітей до школи. Заради безпеки, більшість 30 заходів (включаючи переклад іноземних мов) скасовано. Заради безпеки школи прийняли рішення, щоб не допускати вчителів до роботи в школі. Також всі міста за участю 50 більше учнів одужували у Олександрії.

Закінчення на стор. 18.



В Херсоне взяли за внешнюю рекламу, но как-то пока некрепко

Как «Гризна» писала ранее, херсонская власть недавно решила навести порядок в сфере внешней рекламы

Одним из самых сложных направлений в этом направлении не наблюдаются. Чиновникам не могут посчитать проблемные рекламные конструкции в городе, а работа по демонтажу незаконных бордов идет уж очень вяло.

Сами судите — за прошлый год в Херсоне демонтировали всего 29 конструкций внешней рекламы. Это при том, что на сегодняшний момент в городе насчитывается около 400 рекламных конструкций, которые были установлены без разрешительных документов — самолично. В то же время, согласно разрешительной документации, в Херсоне установлено более 2600 рекламных конструкций разных габаритов и видов. Такие данные на заседании исполкома Херсонского горсовета 16 февраля озвучила начальник горуправления эстетика и внешней рекламы Татьяна Утрина. По ее словам, такое небольшое количество демон-

тированных незаконных рекламных объектов обусловлено нехваткой финансирования из бюджета — деньги не выделялись. На снос вышеупомянутых 29-ти рекламных конструкций из городской казны было потрачено 4900 гривен. Некоторым примером того, как именно тратятся бюджетные деньги на демонтаж конструкций внешней рекламы, уделили присутствующим на заседании. В частности горсовет выдал приказ №3, который направлен на общую сумму в 854 гривны. Дескать, иногда затратно, чтобы убрать незаконную рекламную конструкцию — взяли в руки да охали. Этот пример — лишь маленькая горсточка в море изъятий после внешней рекламы Херсона.

Но уже на следующей неделе горуправление эстетика и внешней рекламы должно предоставить более детальную информацию, ведь, согласно распоряжению мэра, до 1 марта чиновники должны закончить полную инвентаризацию всех рекламных объектов в Херсоне

и в близлежащих посёлках, которые относятся к городу. Управление должно подсчитать, сколько всего рекламных конструкций в каждом районе, сколько из них установлены нелегально и какая задолженность по арендной плате за места под рекламу.

ПРОЙДУТСЯ ПО ЧАСТНОМУ СЕКТОРУ

После обсуждения выполнения плана работ по демонтажу «рекламных нелегалов» исполкомом было предложено проголосовать за выдчу очередных новых разрешений на установку рекламных объектов сроком на год. Но за этот вопрос так и не проголосовали. В большинстве случаев речь шла о размещении рекламных баннеров на частной территории (к примеру, баннеры на заборах в частном секторе или на подворьях, которые находятся в частной собственности). И тут вышла козачья рука. Присутствующим возмутило, что за такую рекламу город не получает ни копейки.

Дескать, размещать рекламу в частном секторе — это та лазейка, которую часто используют предприниматели, если не получают согласование на установку рекламных конструкций на коммунальных объектах. Но, как заявила начальник горуправления эстетика и внешней рекламы, управление не имеет права вмешиваться в хозяйственную деятельность двух субъектов. И неважно, какая плата по договоренности предпринимателя и частного собственника — на официальном счете или на руки наличными. Поэтому на заседании стали думать и обсуждать, как законными способами можно вывести из тени размещение рекламы на частной собственности. Пришли к тому, что выдать на ситуацию можно несколькими способами, в частности не согласовывать подобные заявки на исполнение. К тому же по таким объектам можно провести проверку ряда документов. «Под жилой дом или под ведение хозяйственной деятельности? А размещать рекламу это видение хозяйственной деятельности.

Дом жилой или магазин? Целком назначение помещения какому? Для этого просто надо приложить усилие — проинформировать и законодательно отправить за черту города всех недобросовестных», — поддал идею один из присутствующих.

Обговорили и цены за выдчу разрешений на установку рекламных объектов. По мнению присутствовавших, несправедливо, что и за страшные убогие баннеры, и за современные сити-лайты (рекламная конструкция с внутренней подсветкой, предназначенная для наружного и внутреннего использования) платят приблизительно одинаково. Напомним, на одном из прошлых заседаний горсовета прозвучало, что за установку внешней рекламы в Херсоне предприниматели платят от 1200 до 1500 гривен в год. В дальнейшем планируется для создания «красивой рекламы» сделать скидку, чтобы и остальные стали лезть не лезть в городе абы как. Хотя при этом цены на установку рекламы хотели бы повысить втрое. Но это пока планы.

Дарья ЛАЗНИ