

Міністерство освіти і науки в Україні  
Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола

Циклова комісія видавничої  
справи та медіакомунікацій

## **ДИПЛОМНА РОБОТА**

на тему:

**Редагування текстових матеріалів у регіональній друкованій пресі:  
мовно-стилістичний аспект  
(на прикладі «Нова тернопільська газета», «Номер один»)**

Виконала:  
студентка групи В-41  
Відділення комп'ютерних  
та видавничих технологій  
Ковтун Ульяна Ярославівна

Науковий керівник:  
Борсук Наталя Іванівна  
Оцінка \_\_\_\_\_

Тернопіль – 2022

**Ковтун У. Я. Редагування текстових матеріалів у регіональній друкованій пресі: мовно-стилістичний аспект (на прикладі «Нова Тернопільська газета», «Номер один»)**

Дипломна робота на здобуття кваліфікації молодшого спеціаліста зі спеціальності «Журналістика». Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола, 2022. 76 с.

Робота присвячена мовно-стилістичному дослідженню газет «Нова Тернопільська газета» та «Номер один».

Під час дослідження було проаналізовано сутність газети в засобах масової інформації, проблеми типологізації газети, жанрово-тематичне наповнення видання. Окрім того, в роботі проаналізовано особливості редагування журналістських текстів. Розглянуті правила редагування заголовків. Також в дипломній роботі розглянуто роботу редактора та вимоги до нього. В практичному розділі ведеться дослідження мовно-стилістичного аспекту видань «Нова Тернопільська газета» та «Номер один», а також їх художньо-поліграфічне втілення. Як результат аналізу створено типові помилки для цих видань та рекомендації щодо їх усунення. Робота містить висновки та список використаних джерел.

**Ключові слова:** газета, типологізація, «Номер один», «Нова Тернопільська газета», заголовок, редактор, журналістські тексти.

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ГАЗЕТНИХ ВИДАНЬ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Сутність газети в системі засобів масової інформації.....	6
1.2. Проблеми типологізації газети.....	12
1.3. Жанрово-тематичне наповнення друкованого видання.....	17
<b>РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ РЕДАГУВАННЯ ГАЗЕТ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РЕДАКЦІЇ ДРУКОВАНОГО ВИДАННЯ.....</b>	<b>24</b>
2.1. Особливості редагування журналістських текстів.....	24
2.2. Правила редагування заголовків.....	28
2.3. Робота редактора в друкованій пресі та вимоги до нього.....	31
<b>РОЗДІЛ III. РЕДАГУВАННЯ ТЕКСТІВ У ГАЗЕТАХ «НОВА ТЕРНОПІЛЬСЬКА ГАЗЕТА» ТА «НОМЕР ОДИН».....</b>	<b>36</b>
3.1. Мовно-стилістичний аспект у газетах «Нова тернопільська газета» та «Номер один».....	36
3.2. Художньо-поліграфічне втілення газет «Номер один» та «Нова тернопільська газета».....	47
3.3. Рекомендації щодо удосконалення цих видань.....	56
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>62</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>64</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>67</b>

## ВСТУП

Газети є найважливішим засобом масової інформації та залишаються найпопулярнішими на місцевому рівні. Вони інформують населення про найважливіші суспільно-політичні події. Друкована преса є однією з ланок виховання та формування власного світогляду та ідеології. Преса є ваговою складовою суспільства, яка забезпечує йому обізнаність. Регіональна преса несе у маси велику кількість локальної інформації. Тому важливо, щоб вона відповідала вимогам.

Стиль і мова викладу видання повинна відповідати нормам редагування. Також важливою складовою оформлення газети є заголовки. У заголовках повідомляють читачеві про що розповідатимуть далі, і їх теж потрібно складати відповідно до вимог.

**Актуальність теми** полягає у тому, що мовно-стилістичний аспект регіональної преси на прикладі конкретних газет ще не студіювався.

**Мета роботи** – проаналізувати мовно-стилістичний аспект у регіональних періодичних виданнях на прикладі «Нова Тернопільська газета», «Номер один». Визначити типові помилки та особливості редагування мови і стилю тексту цих газет.

Мета дослідження окреслює реалізацію таких **завдань**:

- ✓ визначити сутність газети у засобах масової інформації;
- ✓ розглянути основні проблеми типологізації газети;
- ✓ описати жанрово-тематичне наповнення друкованого видання;
- ✓ дослідити особливості редагування журналістських текстів;
- ✓ переглянути основні правила редагування заголовків;
- ✓ ознайомитись з вимогами до редактора та його основною роботою у друкованих засобах масової інформації;
- ✓ охарактеризувати мовно-стилістичний аспект у газеті «Нова Тернопільська газета»;
- ✓ визначити особливості редагування мови і стилю у газеті «Номер один»
- ✓ проаналізувати типові помилки на сторінках газет.

**Об'єкт роботи** – регіональні газети «Нова Тернопільська» та «Номер один».

**Предмет роботи** – редагування текстових матеріалів та аналіз мовно-стилістичного аспекту газет.

Під час дослідження застосовували такі **методи**:

- загальнонауковий – для аналізу та визначення проблем в регіональній пресі;
- описовий – для роботи з мовностилістичними особливостями тексту в газетах»;
- порівняльний – для аналізу редагування та мовностилістичних особливостей тексту обох газет
- узагальнюваний – для написання висновків.

**Новизна дослідження.** Вперше досліджується регіональна преса Тернопільщини – газети «Нова Тернопільська газета» та «Номер один» на предмет мови й стилю та помилок у тексті.

**Теоретичне значення роботи** полягає у дослідженні текстових матеріалів у друкованій пресі на предмет дотримання мови й стилю, виявлення помилок та їх усунення.

**Практичне значення.** Результати дослідження можуть бути корисними редакторам та журналістам газет, студентам, які навчаються на спеціальностях «Видавнича справа та редагування», «Журналістика» та «Філологія». Також отримані дані можуть використовуватися викладачами для підготовки лекцій журналістських дисциплін.

**Структура дослідження.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

## **РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ГАЗЕТНИХ ВИДАНЬ**

### **1.1 Сутність газети в системі засобів масової інформації**

Газета – це один з найзатребуваніших засобів масової інформації в сучасному світі, який тримається «на плаву» попри велику кількість проблем та утисків.

Такий тип періодичних видань почав розвиватися ще в Стародавньому Римі. На той час писали про події, які відбувалися безпосередньо в самому місті, так звані «Щоденні справи римського народу». Такі видання готувалися на дерев'яних дощечках вручну, їх могли дозволити собі лише заможні люди та політики. Спочатку такі новини не несли якоїсь офіційності, але одного разу Юлій Цезар наказав публікувати в них сенати та звіти, а також доповіді про міжнародні справи [6].

Перша газета мала назву «Ді бао», вона почала виходити в Китаї у 713 році. Ця газета була інформативною та публікувала повідомлення, укази та найважливіші події. Вже у 1450 році в Німеччині винайшли друкарський прес, що дозволило розповсюджувати газети та не писати їх руками [6].

Газета, яка вже мала більш сучасний вигляд мала назву «La Gazette». Це французька газета, яка поклала свій початок 30 травня 1631 року, її тираж приблизно 1 200 примірників. Відзначилася ця газета й тим, що для неї дописував сам король Людовик XIII [6].

«Кур'єр львовські» – перший український тижневик, який видавався польською мовою, був започаткований у 1749 році. Через двадцять три роки з'явився тижневик Івана Франка, який мав назву «Ля газетт де Леаполь» або його ще називали «Львівська газета». Він був схожий на газети, які видавали у Парижі. Але перші україномовні газети видавалися у Львові в 1848 році. Це були газети «Новини» та «Зоря Галицька». У час Російської імперії на наших територіях був заборонений україномовний друк, тому видавалися наступні видання: «Харьковский еженедельник», який виходив у 1812 році. Через вісім років в Одесі почав публікуватися вісник «Ле мессажер де ля Рюссі мерідіоннель». Майже через вісімдесят років знову беруть початок видання, які видаються рідною мовою – це

«Чернігівський листок», у 1905 році «Хлібороб». У Києві «Громадська думка» та «Рада», але і вони були закриті Російською імперією.

На Тернопільщині друкована преса бере початок в 1939 році з появою газети «Вільне життя». Це всеукраїнська незалежна громадсько-політична газета, видавцем, якої був трудовий колектив «Вільного життя». В 1967 році розпочинає свою роботу «Подільське слово», яке є офіційним виданням Тернопільського району на той час. У 1989 році на теренах Тернопільщини виходить газета «Дзвін». Пізніше у 1990 році з'являється видання «Свобода», яке, до моменту роздержавлення, належало облраді та ОДА. Також 1990 року починає свою роботу видання «Екологічний сполох» – незалежна громадська природоохоронна газета. У 1992 році створюють газету «Животоки», у 1995 році – «Божий сіяч», 1996 році – «У кожен дім». У 2005-му виходять і аналізовані нами газети «Нова Тернопільська газета» та «Номер один». Газети, які функціонують і до тепер «Сільський господар», заснований у 2017 році та «Наш день» у 2013-му році. [23].

28 серпня 2009 року в Тернополі склеїли найбільшу газету в нашій державі, її розмір сягав 50 м<sup>2</sup>. Пресу вважають четвертою владою, тому на честь цього була розроблена така акція ГО «Тернопільським прес-клубом».

Види газет:

- за вартістю: платні та безкоштовні;
- за тематикою: галузеві, ділові, рекламні, загальнополітичні, розважальні, змішані;
- за віковою категорією: для пенсіонерів, молоді та дітей;
- за оформленням: кольорові, кольорові з чорно-білими вставками, чорно-білі;
- за форматом: А2, А3, А4 та берлінер;
- за періодичністю: щомісячні, щотижневі, щоденні;
- за поширенням: місцеві, регіональні, загальнонаціональні, внутрішньо корпоративні [6].

Газети також мають свої особливості та переваги:

- ❖ офіційність – інформація про розпорядження та закони, які вступають в дію тільки після публікації в пресі;
- ❖ мобільність – газету можна взяти з собою в будь-яке місце;
- ❖ періодичність – газета виходить за попередньо встановленим графіком (щомісяця, щотижня, щодня, вечірні, ранкові або ті, що виходять декілька раз в тиждень);
- ❖ загальнодоступність: газета немає конкретно визначеної аудиторії, тому читати може будь-яка людина [6].

ЗМІ – це система організацій, які мають на меті публікувати в світ актуальну інформацію про певні явища та події в певному колі людей, країні або регіоні. Ця інформація розрахована на розв’язування та виконання суспільно значущих задач [4].

Засобами ЗМІ прийнято вважати найперше телебачення, радіо, журнали, газети, а також інтернет. Якщо говорити про періодичні видання, а саме про друковані ЗМІ, то це різноманітні журнали, листівки і найголовніше для нашого аналізу – газети.

За даними «Стрічка новин Чернігова» станом на 2020 рік в Україні виходило 1529 газет, серед них:

- 467 загальнодержавних, які розповсюджують по всій країні;
- 214 регіональних;
- 752 місцеві газети [8].

Сумарна кількість примірників усіх цих газет становить 11 552 443 тисячі примірників. Але варто зазначити сумну статистику, що з 2018 року кількість видань зменшилася на 207 назв.

Також «Стрічка новин Чернігова» опублікувала дані про міста і області в яких виходить найбільша кількість газет:

1. Київ – 366 назв;
2. Дніпропетровська область – 107 назв;
3. Запорізька область – 87;
4. Київська область – 84 назви;



5. Харківська область – 82 назви;
6. Вінницька область – 67 назв;
7. Полтавська область – 60 назв;
8. Закарпатська область – 24 назви;
9. Івано-Франківська – 24 назви;
10. Рівненська область – 24 назви;
11. Чернівецька область – 17 назв.
12. Тернопільська область – 16 назв.

Газети за мовною ознакою:

- україномовні газети – 882;
- російськомовні – 293;
- двомовні – 344.

Періодичність виходу газет:

- ✓ один раз на тиждень – 822;
- ✓ два рази на тиждень – 83;
- ✓ шість раз на тиждень – 1 [8].

Усім відомо, що ЗМІ це не просто інформація, а інформація, яка виконує в суспільстві певні функції. Деніса Маккуейла у праці «Вступ до теорії масової комунікації» детально описує сучасні функції газети. Однією з найголовніших функцій вважає комунікативну. Вона має на меті встановити зв'язок з читачами, а в результаті розв'язати між обома сторонами проблему. Функція, яка розкриває певні питання, знайомить читача з чимось новим, щось тлумачить або пояснює, називається просвітницька. З комунікативною можна й поєднати функцію зворотного зв'язку – це те, наскільки до читачів вчасно та ефективно поступає інформація. Усі, хто читає пресу, не раз помічали, що в статтях можуть порівнювати явища, процеси чи взагалі рішення і, як результат, можемо читати про переваги та недоліки, така функція називається – аксеологічною. В аналітичних статтях часто реалізована прогностична функція, яка проводить певний науковий аналіз з метою виокремлення перспектив суспільного розвитку. Останню функцію, яку можуть виконувати засоби масової інформації – це контрольно-критична. Вона

направлена на те, щоб реалізувати суспільний контроль, якихось вразливих місць суспільства, та ставити до відома громадян [56].

Важливо визначити роль газети у сучасному суспільстві. Відомо, що читачі зараз цінують оперативну та якісну інформацію. Можна говорити про те, що газета, як періодична преса, є однією з найстаріших ЗМІ. Не таємниця, що газети виплачують та купляють люди різного покоління, газета для них служить джерелом знань. Цей тип видань допомагає конструктивно оцінювати життя, поглиблюватися в природні процеси та суспільні відносини не тільки нашої країни, а й загалом світу. Основна роль газети в сучасному світі – це формування моральних та насамперед соціальних ідеалів людини, які допомагають у засвоєнні норм соціальної поведінки [4].

Август фон Шльоцер сказав, що «Немудрий той, хто не читає газет. Але більш немудрий той, хто вірить усьому, про що вони пишуть». Така думка натякає на те, що газета має місце бути і несе для населення важливу інформацію, але потрібно її ще удосконалювати та стежити за її змістом. Англійські дослідження серед населення показують, що пресі люди довіряють найменше [61]. Протилежна ситуація в США – там люди все-таки довіряють газеті, але кількість цих людей зменшується [61].

Газеті перестають довіряти найперше через кількість джінси, яка присутня на її шпальтах. Варто згадати про те, що журналісти зазнають утисків, тому можуть грішити неправдивою інформацією. Причиною помилкових фактів також може бути поспішність або мала кількість інформації [61].

Потрібно говорити й про проблеми, які переживає зараз періодична преса. Ні для кого не новина, що зараз епоха інтернету, де можна знайти будь-яку інформацію. Це помітно впливає на життя періодичної преси. Щоб виживати газети створюють свої онлайн-версії, де дублюють інформацію. Газети й надалі в наш час залишаються актуальними джерелами інформації для людей. Але конкуруючим чинником для преси постає інтернет та інформаційні технології, в той же момент зростає і кількість друкованих ЗМІ [40].

Зараз існує велика кількість газет за читацькою адресою та цільовим призначенням. Мету газети визначає здебільшого її засновник. Але конкретну мету та спеціалізацію газети за всіма правилами повинен визначати головний редактор, який краще знає ринок. Також обов'язком редактора є визначити політику майбутньої редакції.

Звісно, щоб редакція існувала і мала прибуток, економіку та менеджмент визначає генеральний менеджер. Часто таким професіоналом нехтують редакції, можливо основною причиною є витрати на зарплату. Здебільшого головний редактор має на меті забезпечити певний регіон газетою з визначеною та актуальною інформацією. Тоді постає роль газети у підтримці комунікації з читачами тієї місцевості та становлення їхньої громадської думки. Комунікації з державними органами та місцевою владою, а найголовніше формування особистості.

З цими результатами влада вже може обирати, той варіант розвитку подій, який найбільше імponує суспільству [56]. Мало хто про це говорить, але газета може або й деколи має на меті управляти суспільством чи конкретною організацією.

Варто говорити про переваги друкованих видань, щоб зрозуміти чим вони кращі за онлайн-варіант. По-перше, можна сказати про зручність використання преси – її можна читати будь-де. Часто в інтернеті нам потрібно переходити на «мільйон» посилань, щоб отримати потрібну інформацію, тобто наступна перевага – повний комплект потрібної інформації, зібраної в одному місці. І, звісно, газета за своєю природою випускає немалу кількість інформації, але у виданні вона вміло скомпонована [11].

Знання недоліків дає нам можливість усунути їх. Якщо говорити про допущені помилки, то у надрукованому матеріалі їх уже неможливо виправити. Трапляється й часта проблема, коли готовий тираж за тих чи інших проблем не продався, тоді редакція потерпає збитку. Для розповсюдження газети, особливо у сільських місцевостях, потрібна служба доставки, яку газета повинна оплачувати, тому збільшується собівартість продукту. Щоб інформація поширювалася, потрібен великий друк накладу, який не завжди можна розрахувати [11].

Взагалі сутність газети виражає її певні ознаки. Найперше усі помічають її технологічний зміст, простіше кажучи її спосіб виготовлення. Тож ознакою газети є її періодичність та читацьке призначення. Як і кожне видання газета має свою структуру до якої входить: взаємодія усіх частин, взаєморозташування та найголовніше просторова побудова видання. Особисте споживання, масова інформованість – це теж ознака друкованої преси. І останнє чим характеризується газета це її визначений засіб втілення, так би мовити конструктивно-матеріальний зміст, коли окремі частини видання впливають одна на одну [12].

Сутність газети виражають і мова архітекτονіки та ілюстрації. Мова архітекτονіки – це ті засоби, що впливають на архітектонічну та інформаційно-естетичну функцію. Завдяки цим функціям відображається естетичне оформлення, характер видання, емоції – сукупність цих факторів дозволяє краще сприймати подану інформацію.

Щодо ілюстрацій, то це допомога читачу краще освоїти та візуалізувати подане. А для редакції – це підсилення матеріалу та дизайн.

Отже, перед тим як визначити сутність газети, ми звернулися до історії, згадавши перші видання, охарактеризували місце цього типу видань у ЗМІ. Визначили основні функції газети, роль у суспільстві, мету та ознаки.

## **1.2 Проблеми типологізації газет**

Типологія – це насамперед вид наукової систематизації, коли певний об'єкт систематизують за певними ознаками завдяки типам, де фіксуються особливості та структури цих об'єктів. Простіше кажучи, типологія – це вид діяльності, який збирає факти та класифікує їх за допомогою логіки чи їх особливостей [52].

Типологія дозволяє виділити місце видань в системі ЗМІ. Типологія допомагає встановити взаємодію видань, створити здорову конкуренцію на споживчому ринку. Визначення класифікації видань дає змогу знайти себе серед соціального, економічного, географічного та інформаційного поля. Правильно проведена

класифікація допомагає виданню ефективніше та розумніше діяти в цій сфері, раціонально та більш економічно враховувати потреби населення.

Пресу класифікують завдяки науковому методу. Науковий метод – це сукупність процесів, направлених на досягнення загальних положень та оцінку розроблених теорій, які представили при описі, також науковий метод пояснює та передбачає деякі явища [32].

С. Корконосенко запропонував свою класифікую друкованих ЗМІ:

- За регіоном розповсюдження: місцева преса, регіональна, національна, транснаціональна;

За засновником: державні і недержавні друковані ЗМІ;

- За характеристиками аудиторії: вікові, конфесійні та професійні;
- За видавничими характеристиками: об'єм, періодичність, формат, тираж;
- За змістом: масова та якісна;
- За легітимністю: дозвіл на видавничу справу [50].

Менеджмент PR виділяє чотири основні групи класифікації друкованої преси:

- I. Спеціалізована преса;
- II. Ділові видання;
- III. Жовта преса або таблоїди;
- IV. Суспільно-політичні видання [7].

Цей розподіл на чотири групи спроможний охопити усі напрями преси та максимально їх класифікувати. В результаті це правильно визначена читацька адреса та цільове призначення.

А. Бочаров виділяє декілька груп для систематизації газетних видань. До першої групи науковець відносить цільове призначення. Цільове призначення – це визначення потенційної аудиторії та сфери діяльності редакції. Також до першої групи систематизації належить на думку А. Бочарова характер викладу. Характер викладу – це визначення стилю та способу викладу інформації. Важливо й виділити характер аудиторії, основними її характеристиками є правильний підбір соціального статусу. Останнім пунктом у цій групі систематизації є родова приналежність

видання. Родова приналежність видань буває двох видів: літературно-мистецька та для сімейного читання [51].

До другої групи систематизації належать не менш важливі характеристики. Перше, що відноситься до цієї групи це вік читачів. Тож важливо окреслити періодичність й час виходу видання. Важливим завданням є й аналіз національно-мовних особливостей населення. У цій групі, як і в попередній, важливою ланкою є цільове призначення. Для роботи редакція повинна передбачити адміністративно-територіальний поділ для обрахунку тиражу [51].

До останньої третьої групи систематизації відноситься певний ряд ознак видання – це національно-територіальні, професійно галузеві, загальнозначущі та найважливіші соціальні [5].

Е. Корнілов про основні фактори типології: «Історично сформовану сукупність газет або журналів, єдине, стійке утворення, яке формується трьома основними факторами, що відображає і головні родові елементи журналістики: видавець, призначення видання, аудиторія». [7]. Взаємодія цих факторів створює певні типологічні характеристики газетного видання. Найважливішими ознаками виступають: програма видання, періодичність, зміст, сфера відображуваної дійсності, жанри, тираж, оформлення, обсяг, авторський склад, рубрики та відділи.

Обсяг і періодичність впливає на вибір жанру, нерідко визначає тематику, мову та стиль видання. При такому підході ми будемо мати ієрархію ознак, з'єднаних причинно-наслідковими видами носіння, ступінь жорсткості яких різна в різних виданнях» [7].

Найперше, щоб окреслити якість типологічні характеристики газети нам потрібно визначити мету видання, читацьку аудиторію та концепцію. Типологічні ознаки кожного видання несуть в собі певні властивості, показники та складові внутрішньої структури, які допомагають виділити типову модель. Вище у групах А. Бочарова ми згадували про соціальні характеристики потенційної аудиторії. Отже, соціальні характеристики – це звернення читача до ЗМІ, які найперше характеризуються його соціальним статусом [57].

Проблемою є також те, що газета не спеціалізується на усіх сферах діяльності людини, відповідно не може забезпечити їх друкованою пресою. Газету вважають найбільш «адаптованою», оскільки вона може пристосуватися до населення та «вгодити» місцевій аудиторії.

Усі ознаки пов'язані між собою і мають певний вплив одне на одного. В результаті чого видання дістає універсальну модель, ця модель допомагає орієнтуватися на всіх читачів. На практиці є багато газет, які зуміли задовольняти потреби майже усіх соціальних класів. Прикладом таких газет є: «МІГ» та «Субота Плюс». Але є й немало газет, які займають певне місце у пресі, бо обирають, так би мовити, спеціальну аудиторію до якої відносяться такі ознаки: професійна, вікова, а також гендерну. Також мети дослідники поділяють за типами. Такий поділ здійснив Вальтер Гагеманн. Одним з найпопулярніших таких типів – інформаційна газета. До цього виду належить газета «Інформ+», «Вісник Чугуївщини», газета «Ярмакрок», «По всій Україні», «Прим'єр» та ін. Ще одним типом є газета думок. Прикладами таких видань є газета «День», «Самопоміч», «Вперед», «Технічна газета», «ВАШЕ ЗДОРОВ'Я». Останнім типом є більш комерційний, який спрямований на здобування максимальних прибутків, приклади навести важко, бо жодна газета так себе не позиціонує.

Мету визначає здебільшого засновник газети, а вже конкретніше її окреслює головний редактор. Вони і визначають тип мети видання, що у подальшому впливає на типологію даної газети.

Концепція відповідає за те, якою має бути газета. Отже, вона й передбачає ряд інших факторів. До цих факторів відносимо:

- тип видання;
- особливості газети;
- цільову аудиторію;
- періодичність видання;
- постійні рубрики;
- види матеріалів;
- програму діяльності редакторів.

Ці фактори також впливають на таке явище, як типологія видання.

Останньою з найважливіших типологічних характеристик є читацька аудиторія. Читацька аудиторія або типологія читача – це поділ читачів на групи, які мають спільні чи відмінні характеристики, що дозволяє віднести читачів до певної групи [54].

Ю. Тугов та А. Кулікова створили класифікацію читачів:

- ❖ читачі, чийї можливості відповідають їх розвитку та формуванню (діти, які не ходять до школи, школярі, підлітки);
- ❖ читачі, які шукають життєвих порад та настанов (молодь);
- ❖ читачі, література для яких має відповідати всеможливому розвитку (соціально зрілий читач) [54].

В І. Лісакової щодо типологізації видання власні бачення, вона вважає, що межі між типологічними і типоформуючими категоріями рухливі. Для прикладу, обсяг видання та періодичність впливає на жанри матеріалів, а може навіть визначати мову, стиль та тематику. Тобто типологічні характеристики зовнішньої організації газети можуть бути як типоформуючі фактори для внутрішньої організації [5].

Працюючи над типологізацією газетних видань Є. Ахмадулін виділив 10 тематичних напрямків проблематики, які займають найбільше місця в газеті:

- діяльність соціальних інститутів;
- робота сфери послуг;
- проблеми економіки;
- сільське господарство та промисловість;
- пропаганда та ідеологія;
- науковий і технічний прогрес;
- міжнародна життєдіяльність;
- спорт і фізкультура;
- культура, мистецтво, література;
- естетичне виховання [5].



«Тип видання виступає у діалектичному взаємозв'язку стабільного та динамічного, консервативного і новаторського. В одних випадках журнал прагне зберегти сформований статус за всіма параметрами, а в іншому – здійснювати новаторську роботу під впливом змін у суспільній свідомості. Тому кожен журнал як і газета внутрішньо суперечливий організм, що існує в тісній залежності від цього протиборства», – так аргументував А. Бочаров про побудову єдиної класифікації, яка охоплювала б усі типологічні нюанси [5].

А. Бочаров створив три типологічні моделі:

- 1) цільове призначення, відтворює сферу діяльності, характер аудиторії, родову приналежність, характери викладу;
- 2) загальнозначущі: професійно-галузеві, національно-територіальні ознаки видання, соціальні;
- 3) адміністративно-територіальний поділ: періодичність та час виходу, вік читачів, цільове призначення, національно-мовні особливості [5].

Науковець Вальтер Гагеманн для сучасної журналістики окреслив такі головні типи газет:

- газета як засіб здобування максимальних прибутків;
- інформаційна газета;
- газета думок [7].

Підсумовуючи, можна дійти висновку, що через всебічність розвитку газети, її мотивів та завдань єдиної правильної моделі типологізації газети немає. Тому кожен дослідник намагається створити свою оптимальну модель та обґрунтувати її. Редакції ж залишається вибрати для себе ту, яка б підходила їй найбільше.

### **1.3 Жанрово-тематичне наповнення друкованого видання**

В українській журналістиці існує три основних жанри написання текстів. Перший жанр – інформаційний.

До інформаційних жанрів відносять:

- ✓ замітка;

- ✓ звіт;
- ✓ репортаж;
- ✓ інтерв'ю [28].

Замітка – це інформаційний жанр, де журналіст відповідає на запитання: «що?», «де?», «коли?», інформація викладається максимально стисло і повідомляє найсвіжішу новину [22].

Замітки бувають:

- критична замітка – описує для аудиторії неприйнятні факти, недоліки та окреслює їх причини, викриває винних та наводить способи усунення недоліків;
- коротка замітка – це новина, яка розміром у 20-30 газетних рядків, ця замітка наводить новину та факт, також для такої замітки характерний заголовок та лід;
- розширена замітка – містить до 2-3 тисяч друкованих знаків, заголовок, лід та підпис автора [22].

Звіт – це повідомлення, яке містить інформацію про виконану роботу, результати конференцій з'їздів та ін. Звіти бувають статистичні та цифрові [24].

Види звітів:

- ❖ аналітичний – звіт, який містить оцінки, аналізи в деяких випадках і прогнозування. В цьому виді звітів журналіст може висловлювати власну думку, подавати коментарі чи варіанти розвитку подальших дій.
- ❖ прямий – звіт, який відтворює події в хронологічному порядку, в цьому випадку журналіст нічого не оцінює та не подає коментарів. Основна мета цього звіту інформувати про подію.
- ❖ проблемний – звіт, який порушує проблему, журналіст коментує та шукає способи розв'язання проблем. Один з найбільш складних у написанні звіт, тому що вимагає певної ерудиції та знання того чи іншого питання [24].

Репортаж – це інформація, яка повідомляє та показує матеріал з місця події, що й відрізняє цей жанр з-поміж інших [58].

Види репортажу:

➤ подієвий – це репортаж, описаний у хронологічному порядку. Цей вид репортажу характеризується оперативністю, актуальністю. Журналіст показує картинку та найяскравіші моменти;

➤ проблемний – це репортаж, який містить висвітлення певної проблеми, аналіз події, журналіст також може підводити висновки та висловлювати авторські думки;

➤ тематичний або пізнавальний – репортаж, який окреслює різностороннє висвітлення проблеми. Такий репортаж може містити такі причини: інформаційний привід або ж пам'ятні дати [58].

Інтерв'ю – це розмова між журналістом та респондентом, яка характеризується питаннями та відповідями що записуються, така розмова містить певну побудову та план [27].

Різновиди інтерв'ю:

- ✓ глибинне;
- ✓ особисте;
- ✓ телефонне.

Аналітичні жанри – це жанри, які широко та докладно описують факти, додаючи до них оцінку, коментарі та узагальнення [2].

Існують такі різновиди аналітичного жанру:

- коментар;
- огляд;
- рецензія;
- розслідування;
- стаття;
- кореспонденція [1].

Коментар – це виступ, пояснення або тлумачення певної події з різноманітних сфер життя, також коментар має оціночні судження. Коментарі бувають: сатиричні, політичні, а також критичні. Коментарі можуть мати тематичну спрямованість це залежить від об'єкта, який коментує [2].

Огляд – це жанр аналітики, який у певний період часу знайомить читачів з суспільно-важливими подіями, які стосуються різноманітних тем [35].

Рецензія – це такий вид публікації, який критично оцінює або обговорює: твори, фільми, вистави, виставки [45].

Розслідування – це інформація, яка відображає важливу тему та може набути великий резонанс, але існує інша сторона, яка має на меті приховати інформацію [17].

Стаття – це письмова робота з чіткою темою, де використовуються способи формулювання, аналізу, вираження думок [47].

Кореспонденція – чіткого визначення цей аналітичний різновид немає, але він відображається доцільністю та оперативністю подачі інформації на основі сукупності фактів та їх аналізі. В такому тексті висвітлюється соціальна проблема, а сам журналіст пропонує шляхи її розв’язання [30].

Художньо-публіцистичні жанри аналізуються, інтерпретуються, а завдяки художньому узагальненню набувають трохи іншої забарвленості. Публіцистика, як своєрідний вид відображення дійсності, характеризується сплавом науково-теоретичного й художньо-образного мислення [59].

Різновиди художньо-публіцистичних жанрів:

- ✓ есе;
- ✓ замальовка;
- ✓ фейлетон;
- ✓ памфлет;
- ✓ нарис (портретний, проблемний, подорожній) [58].

Есе – це невеликий твір, який містить враження автора та його думки стосовно певної проблеми, теми чи питання [13].

Замальовка – це короткий виклад думок журналіста про незначну подію, де автор підносить значення даної події за допомогою суб’єктивності і семантичності [21].

Фейлетон – сатиричний жанр журналістики, що є елементом суспільного життя, який висміює негатив [55].

Памфлет – це твір, характерним для якого є спрямування проти політики, певної організації, влади, партії, угруповання тощо.

Нарис – жанр журналістики, де нарисовці пишуть про важливу подію, відому людину, побут, про звичаї людей на території України або й взагалі іншого регіону.

Журналісти вважають, що жанри можна об'єднати у три групи:

- інформаційні;
- думки автора;
- інтерпретаційні (змішані).

Ці групи характеризуються суб'єктивністю, де автор висловлює або не висловлює свою думку.

Перша група – інформаційні жанри. Тут варто працювати максимально об'єктивно, автору краще утриматися від власного коментування подій. До цієї групи входять найчастіше: новини, інтерв'ю та репортаж.

Новина – характеризується актуальністю та оперативністю викладу інформації з нещодавньої події. Журналістика без новин не мала б сенсу, тому цей жанр є дуже важливим та має інформативний характер. Новина від інших жанрів визначається такими ознаками як об'єктивність стислість та оперативність. Тому такий стиль викладу ми часто бачимо на сторінках газет. Новину викладають таким способом, щоб вона була зрозуміла пересічному читачу та несла за собою новизну. Новини у газеті переважно пишуть у вигляді перевернутої піраміди – починаючи з найважливішої інформації і закінчуючи менш важливою.

Також часто на шпальтах газети ми можемо побачити інтерв'ю. Інтерв'ю містить розмову з цікавими або відомими людьми.

У газетах досить часто трапляється й репортаж. Він характеризується тим, що автор пише з місця події, тому такий жанр є затребуваним серед читачів. Репортаж завжди несе за собою більш чуттєву передачу інформації.

До змішаної групи також належить звіт. Звіт – велика за обсягом новина, де зазначено усіх задіяних, аналіз теми, її обставини, коментарі та наслідки і способи розв'язання. Через те, що автор може коментувати, оцінювати та наводити власні

аргументи звіт носить більш суб'єктивний характер, тому його і відносять до змішаної групи [16].

Найчастіше в газеті можна побачити такі журналістські жанри:

- 1) інформативно-публіцистичні – це всі журналістські тексти, які є об'єктивні та відтворюють інформацію про конкретні дані або ж факти (до цього жанру належить інтерв'ю);
- 2) новини – це актуальна та оперативна інформація про певну подію, яка відбулася нещодавно та відповідає на основні питання читача (Хто? Що? Де? Коли? Як? Чому?);
- 3) об'єктивний звіт – це інформація, яка містить дані, цифри, коментарі, показники, фотографії. Така інформація може розпочинатися як новина, де щось досліджують та вказують на наслідки для суспільства;
- 4) журналістські думки – в таких текстах думка редактора, спеціаліста, журналіста має перевагу над фактами; в даному жанрі вказується точка зору редакції на певну тему чи проблему;
- 5) об'єктивне інтерв'ю – це розмова між журналістом і спеціалістом або видатної особою з певної галузі знань, де журналіст ставить заготовлені запитання й додає ті, які виникли під час розмови;
- 6) стаття з думкою – думка та позиція, особи-спеціаліста з певної галузі знань на конкретну тему;
- 7) редакційна – це стала рубрика, де редакція описує свою думку щодо подій, які мають вплив на суспільство;
- 8) стовбець – текст з фотографією переважно від одного і того самого автора, який публікується у виданні;
- 9) лист до редактора – такі листи пишуть читачі, де висловлюють свою думку щодо питань, які висвітлюються у виданні; лист до редактора включає скарги, неточність інформації, яку помітили читачі у текстах;
- 10) огляд – це критика для серіалів, музики, виставок, вистав, фільмів, книг та ін., така критика найчастіше написана професіоналом або самим журналістом;

- 11) комікс (віньєтка) – автор у жартівливій формі виражає свою думку щодо тієї чи іншої новини [25].

На сторінках газет та інших періодичних видань можна побачити інтерпретаційні жанри. Інтерпретаційні жанри – це жанри, які містять оцінки від журналіста та редактора, тому вони є більш суб'єктивними та сумнівними.

До інтерпретаційних жанрів належить:

- a) інтерпретаційний звіт – журналіст описує свою точку зору на основі зібраних ним даних, але це ще не є фактом, до такого жанру відносяться журналістські розслідування;
- b) суб'єктивне інтерв'ю – включаючи характеристики об'єктивного інтерв'ю додаються й характеристики особистих та психологічних рис інтерв'ююваного. Це інтерв'ю проводиться з метою дізнатися більше про особисте життя.
- c) літопис – пишеться такий жанр від третьої особи у хронологічний послідовності з усіма деталями текст, можуть використовуватися літературні частки [25].

Газетний текст належить до газетно-публіцистичного стилю. Тематика газети залежить від властивостей цього тексту. Існують такі властивості:

- актуальність;
- доступність;
- соціальна активність;
- емоційність;
- сенсаційність;
- монтажність;
- експресивність;
- релевантність;
- фактичний матеріал [14].

Тематика газети залежить від мети видання, концепції та найголовніше читачької аудиторії. Відповідно вже до обраної тематики підбирають найбільш вдалий жанр.





## **РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ РЕДАГУВАННЯ ГАЗЕТ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РЕДАКЦІЇ ДРУКОВАНОГО ВИДАННЯ**

### **2.1 Особливості редагування журналістських текстів**

Журналістські тексти – це твори, де автор має певну мету і висвітлює її за допомогою інформації. Вже у XIX столітті журналістські тексти встановили свою періодичність [14].

Редагування – це відбудова об'єкта редагування відповідно до чинних літературних норм, покращення творчої частини, що в сукупності становить соціальний ефект на читача [42].

Існує класифікація помилок у журналістських текстах: локальні, модальні, фактичні, інформаційні, темпоральні, ситуативні, атенційні, семіотичні, копіювальні, тезаурусні, сприйняттєві [18].

Є також типологія помилок у журналістських текстах:

- ✓ орфоепічні;
- ✓ орфографічні;
- ✓ фразеологічні;
- ✓ пунктуаційні;
- ✓ акцентуаційні;
- ✓ синтаксичні;
- ✓ морфологічні;
- ✓ лексичні;
- ✓ мовностилістичні [31].

Щоб зробити оригінал-макет максимально досконалим, потрібно знати типологічний ряд. Для редактора, який працює з журналістськими текстами існує дві найголовніші вимоги:

- відмінне знання практики і теорії жанрів журналістики;
- знання типології періодики;

Отже, найперше періодику варто поділити за способом творення й передачі інформації: електронні та друковані ЗМІ. До типологічного ряду друкованих ЗМІ належать: експрес-інформаційні випуски, бюлетені, реферативні збірники,

календарі. Основними типовими ознаками преси є: належність видавця чи засновника, періодичність, форма власності, наклад, стиль, форма, призначення, географія розповсюдження. Редакція має певну мету: професійно підготувати видання, стати більш популярними, збільшити кількість читачів, викликати зацікавлення в читачів, запам'ятатися.

#### I. Огієнко створив «Десять заповідей простого писання і редагування»:

1. Нема стилю «наукового» й «ненаукового» – є тільки стиль ясний і неясний;
2. Пильнуймо писати так, щоб усі зрозуміли написане;
3. Ясний і простий стиль – то найкращий стиль;
4. «Інтелігентського» способу думання широка публіка не розуміє;
5. Думаймо про це, починаючи писати чи редагувати;
6. «Інтелігентський» спосіб писання і редагування шкодить розвитку нашої культури, бо його розуміє тільки обмежене коло читачів; кожен працівник пера мусить дбати, аби у його писаннях переважав спосіб простий і ясний;
7. Поділ способів думання на «інтелігентський» і «народний» є некоректним;
8. Хто пише неясно, той проповідує в пустелі;
9. Ніколи не забуваймо про те, що наше писання може читати навіть не зовсім підготовлений читач;
10. «Популярний» виклад корисніший за «науковий» [60, с.189-190]

Цих «заповідей», які створив Огієнко, варто дотримувати як при редагуванні так і при написанні матеріалів. Ці правила допоможуть краще організувати текст і зробити його доступнішим. Також І. Огієнко виділяв визначальні характеристики для журналістських текстів: оперативність, популярність, простота, лаконічність. Найперше цих характеристик повинні дотримувати інформаційні жанри. При роботі з інформаційними жанрами варто виділити найголовніше: стиль викладу, дотримання балансу думок, соціальну значимість факту, достовірність, структуру матеріалу [49, с.238].

Починаючи роботу з текстами, потрібно оцінити фактичний матеріал, оскільки факти є основним у журналістиці. Редактор мусить навчитися виділяти новизну та суспільну важливість факту. Наступним елементом у редагуванні є перевірка достовірності фактів. За стандартом факти перевіряють за трьома незалежними джерелами. Для редактора важлива така риса, як скептичність до поданих фактів. Найчастіше недостовірність буває: в ініціалах, іменах героїв, у точності зазначення посад, написанні політичних організацій, у географічних назвах, цифрах, адресах, датах [49, с. 239].

Структура інформаційних матеріалів починається за правилом з найцікавішого, ця частина тексту називається «лід». Лід повинен відповідати на запитання: що, де, коли? Для якісної роботи потрібно дотримувати цих запитань. В інформаційних жанрах не може бути нічого зайвого, зайвої багатослівності. При роботі з таким видом матеріалів слід дотримуватися балансу думок, але в українській пресі це ще не так професійно на відміну від західних країн. Редактор також повинен пам'ятати, що за соціологічними дослідженнями читачі здебільшого переглядають лише заголовки [49, с.241].

Стиль замітки повинен містити загальноживану лексику, яка частково схожа до офіційної, натомість суб'єктивного варто уникати. Інтерв'ю це один з найпопулярніших жанрів, але він потребує творчих здібностей та редакторських навиків [49, с.241].

Для аналітичних жанрів теж основним є достовірні факти. В аналітичних матеріалах факт беруть за основу та аналізують їх, коментують або ж тлумачать. При роботі з аналітичними жанрами редактор повинен пам'ятати про допустимий рівень коментування автором фактів, визначити проблеми та компетентність автора. Такі матеріали повинні містити всебічність, глибину, висвітлення різних точок зору. Для коментування можуть бути запрошені незацікавлені фахівці, що дозволяє дотримуватися балансу думок. Редакторів слід звертати увагу й на композицію аналітичного матеріалу. Для дотримання логічного взаємозв'язку, співмірності усіх частин (вступної, основної, завершальної та службової) потрібно дотримуватися послідовності [49, с.244].

Редагування текстів є необхідністю, якщо їх потрібно публікувати. Тому перший і основний вид правки – вичитування. Метою цієї роботи, тобто «вичитки» – знайти лексичні, фактичні, синтаксичні, граматичні помилки та виправити. Наступний вид правки – скорочення. Тут необхідність може бути зумовлена скоротити наявний обсяг тексту, коли матеріал не поміщається на сторінці газети. Коли ми вже скорочуємо, то повинні пам'ятати, що це скорочення не повинно нашкодити тексту. Скорочуємо: повтори, дрібні подробиці і т.д. Третій вид правки – обробка. Цю роботу безпосередньо виконує редактор. На цьому етапі усувають лексичні огріхи, уточнюють деякі факти та покращують саму мову. Останній вид правки – переробка, це найбільш поширений вид редагування у редакціях. Часто матеріали можуть бути від читачів, тому тут виникає проблема поганого володіння літературною мовою. В журналістській практиці існує такий вид правки як «літературний запис» або «заавторство». Такий вид правки використовують, коли потрібно написати та опублікувати розповідь людини. Записують саму людину, а на основі цього фаховий журналіст вже пише літературний варіант [65].

Робота редактора повинна починатися з того, що він з'ясує приналежність тексту до певного жанру. Також важливо визначити в якому ключі написаний матеріал: пояснювальному, описовому чи теоретичному. Для пояснювальних матеріалів найважливіше – розкриття сутності явищ дійсності. Для описових матеріалів основне ж наявність перевірених фактів. Варто перед редагуванням визначити й тип тексту, це дозволить зрозуміти чи можна переставляти або змінювати частини тексту. Редактор повинен звертати увагу й на скорочення, не опускаючи важливих моментів, тому тут механічна правка неприпустима. Часто редакції виправляють зайве, цим самим «грішать» виправленням манери автора. Робота редактора полягає й у тому, щоб не допустити на сторінках газети невинуватих жанрових особливостей слоганів, канцеляризмів чи штамів, які часто використовуються [49, с. 237-239].

Отже, робота з журналістськими текстами має кілька напрямків та певні особливості, тому варто враховувати їх при редагуванні таких матеріалів. Також існує декілька видів правок текстів, перш ніж вони потрапляють на шпальту газети,

безпосередньо деякими видами редагування займається сам редактор. Варто й пам'ятати про те, що надмірне втручання може нашкодити тексту, тому це клопіткий процес, який потребує фахівців.

## **2.2 Правила редагування заголовків**

Ключову роль у публікаціях газети відіграє заголовок, бо він є дієвим способом впливу на читачів. Газетний заголовок має на меті повідомити основну мету матеріалу, а також привернути увагу читачів так, щоб вони зацікавилися змістом повідомлення.

Заголовок – слово, словосполучення, речення або декілька речень, символи, які розміщені перед основним текстом і позначають його тему [20].

Дослідники, які вивчають поведінку аудиторії стверджують, що саме заголовки привертають увагу до написаних матеріалів. Тому постає питання, щоб оформити заголовок належним чином, він має бути ефективним та привабливим. Майкл Галлер дослідив, що зі 100 читачів певної сторінки, 90 переглядають спочатку підписи та ілюстрації з них від 40 до 70 читають заголовки, а від 20 до 60 читають й підзаголовки, від 15 до 60 читають матеріали і лише до 50 прочитують до кінця [33, с.10].

В. Ф. Іванов висловився так: «Газетний заголовок має впливати на читача, і тому в його основі завжди лежить відповідність змістові, ясність, точність, яскравість, виразність» [26, с. 109-110]. Вчений вважав, що найкращі ті газетні заголовки, які мають такі характеристики: об'єктивне відображення теми і змісту, інформативність, виразність думок та почуттів, оригінальність і самобутність, точність термінів, структурну завершеність, інтонаційну виразність [26, с.110].

Класифікація заголовків:

- 1) за змістом: тематично складні та тематично прості;
- 2) за розташуванням на шпальті: на шпальті, боковик, віконцем, у розріз з текстом, у підбір до тексту, заголовок шапкою;
- 3) за формою зображення: німі, нумераційні та літерні [20].

Варто розібратися й з функціями заголовка, щоб зрозуміти специфіку та особливості редагування такого матеріалу. Функції заголовків:

- ❖ зручний пошук потрібної інформації;
- ❖ координація процесу читання;
- ❖ забезпечення простого пошуку у виданні та підсилення довідковості;
- ❖ спрощення читачам роботи;
- ❖ систематизація тексту та ілюстрацій на окремі частини;
- ❖ підготовка читача до майбутнього прочитання [20].

Заголовки поділяють й за структурою, тому існує така класифікація:

- простий заголовок – зазвичай складається з одного речення, яке має закінчену думку;
- ускладнений заголовок – створюється з кількох самостійних заголовків, які мають закінчену думку;
- заголовковий комплекс – сукупність заголовків та підзаголовків, які є різні за складністю та призначенням [3, с. 82].

У газеті заголовки займають важливу роль, бо вони відображають предмет розмови, головну ідею. Заголовок – це інструмент за допомогою якого журналіст може впливати на читача, підштовхнути до асоціацій та певних емоцій. Навіть редактори які мають багаторічний досвід кажуть про те, що обрати влучний та вдалий заголовок є однією з найскладніших вправ. [9].

В. Різун стверджує, що заголовок повинен бути у логічному та тематичному зв'язку, такий заголовок буде прогнозувати основний текст та допомагати відбирати потрібну інформацію. А. Капелюшний також висловився стосовно заголовків: «Редакторський аналіз заголовка є насправді набагато складнішим процесом, ніж може здатися на перший погляд» [9].

Газетні заголовки мають відповідати ряду вимог: відтворення авторського ставлення до матеріалу, стилістична виразність, підбір зрозумілих мовних засобів, пов'язання рис публіцистичного стилю з усіма стилями мовлення.

Дуже важливо правильно розмістити заголовок, правильно розміщений заголовок створює емоційне сприйняття та уточнює увагу читача на певній інформації.

Існують рекомендації щодо підбору заголовків:

- написати декілька варіантів заголовків та поставити такі питання: «Який з них зацікавив вас найбільше? Які почуття він викликає? Чи звернули б ви увагу на такий матеріал?»;
- писати короткі заголовки. Читачі сприймають від 8 до 18 слів у заголовку, також важливо вдало підібрати перших 2 слова, щоб зацікавити читача;
- не потрібно використовувати в заголовку: метафори, фразеологізми, маловідомі аббревіатури;
- не викликайте фальшивих емоцій за допомогою таких слів: «це шок», «ексклюзив», «цього не може бути» [19].

Факти про заголовки:

- ті, які щось обіцяють або є корисними найбільше привертають увагу;
- за різними дослідженнями серед суспільства найбільше викликає фурор слово «дорогий».

При редагуванні заголовків потрібно врахувати наступне:

- заголовок має констатувати подію або факт;
- зміст повинен відповідати мовним нормам;
- усі слова потрібно писати повністю, тобто не скорочувати;
- зазвичай у заголовках не вживаються формулювання, які не розкривають зміст [20].

Варто також пам'ятати про правила оформлення заголовків:

- ✓ заголовок складається більшим кеглем;
- ✓ він не повинен бути довшим за 40 слів;
- ✓ у заголовку не переносять слова;
- ✓ основний текст розміщується нижче на 3-4 інтервали за заголовок;
- ✓ крапку після заголовка не ставлять;
- ✓ якщо заголовок випадає в кінці сторінки, то його краще перенести;

✓ якщо заголовок є коротким, то його пишуть в розрядку [37].

Ми розглянули основні правила редагування заголовків, як правильно підбирати заголовки, що варто пам'ятати при оформленні заголовків. Також розібралися, що таке заголовок та які його основні функції. Створили рекомендації щодо підбору заголовка.

## 2.3 Робота редактора в друкованій пресі та вимоги до нього

Редактор – це людина, яка займається редагуванням, а саме перевіряє зміст та складає вже структуроване видання [44].

Відносно професії редактора існують і більш вузькі різновиди, наприклад:

- літературний редактор;
- технічний редактор;
- художній редактор;
- редактор на телебаченні;
- кіно редактор;
- музичний редактор [43]

Здебільшого головний редактор виконує контролюючу та планувальну функції, займається підбором кадрів, керує підготовкою і випуском газети. Обов'язком редактора є піклуватися про розвиток матеріально-технічної бази та про те, щоб задовольнити різноманітні потреби працівників [39, с. 180].

Перед редактором стоїть ряд фахових вимог:

- редактор повинен мати вищу гуманітарну освіту;
- редактор повинен знати такі дисципліни: логіка, філософія, історія, політологія, правознавство, соціологія, зарубіжну і українську літературу, психологію, економіку;
- найголовніша вимога до редактора це бездоганне володіння українською мовою, також вітаються знання іноземних мов;
- редактор також повинен знати й дисципліни, які стосуються його професії, це: історія видавничої справи, теорію масової комунікації, основи видавничої справи, загальне редагування, художнє редагування,



технічне редагування, редагування навчальної літератури, редагування художньої літератури, редагування наукової літератури, редагування дитячої літератури, редакторська майстерність, коректура, вступ до спеціальності, видавничі стандарти, основи видавничого бізнесу [63].

Неофіційною вимогою до редактора є його лідерство в колективі. Лідерство повинне проявлятися в його роботі, коли його матеріали є зразком для інших працівників. Погана робота редактора може погіршити роботу усього колективу, особливо соціально-психологічні настрої [39, с. 181].

Є також така посада, як редактор доручень. Редактор доручень – це редактори, які працюють з репортерами, найперші редагують матеріал репортерів, стежать за ракурсами і збором інформації. Редактор копіювання – ці редактори редагують тексти репортерів та стежать за дотриманням мовних норм, перевіряють: орфографію, граматику, стилі, жанри. Редактор такого виду обирає заголовки, підписи, виноси а також цитати. Займаються частково і дизайном. Редактори призначення працюють над цілою системою до якої входить:

- перевірити чи подана правдива інформація;
- чи зрозуміло написана інформація;
- перевіряють на точність цитати;
- визначають актуальність;
- точність фактів [63].

Поряд з вимогами до редактора впливають і його обов'язки. До редакторських обов'язків належить:

- a) ознайомлення з авторським оригіналом та написання до нього редвисновку;
- b) написання конструктивних вимог до автора творів;
- c) після того, як оригінал затверджено – редагування матеріалів;
- d) представити автору внесені правки та дійти згоди;
- e) структурувати видання разом з автором за необхідності;
- f) підбір та редагування ілюстрацій;
- g) внесення обговорених виправлень до процесу верстки;

- h) виготовлення каталожної картки;
- i) підпис до друку;
- j) давати настанови щодо художнього оформлення [43].

Починається редакторський аналіз авторського оригіналу з першого читання.

Дотримуються таких критерій першого читання:

- концентрація на змісті та структурі твору;
- перегляд усіх складових, вибіркове читання окремих сторінок;
- визначення повторів, логічних, смислових та мовних помилок;
- одразу ж виправляють механічні, орфографічні, синтаксичні помилки та різні неточності і перекручення;
- біля помилок редактори найчастіше ставлять знаки оклику чи знаки запитання [36].

Під час написання редакторського аналізу виконують такі дії:

- 1) аналіз змісту;
- 2) аналіз стилю і мови;
- 3) аналіз структури;
- 4) цілісний, а також вибіркового аналізу тексту [36].

Перед випуском газетного видання редактор обов'язково має перевірити фактичний матеріал. Є певна методика та умови редагування такого матеріалу. Перша умова – редактор повинен хоча б загально знати предмет даного матеріалу. Також він має критично ставитися до своїх знань і пам'ятати, якщо недостатньо знань, то краще перевірити цю інформацію в інтернеті або проконсультуватися зі спеціалістом. Друга умова – намагатися досягнути енциклопедичності знань та перевіряти точність і достовірність фактів в авторитетних виданнях. Третя умова – розумно використовувати авторські прийоми і навички при оцінці фактів. Четверта умова – це визначити об'єкти, які потребують перевірки та читати текст так ніби там є обов'язкові помилки. П'ята і остання умова – знати різноманітні джерела, де можна перевірити факти з різних галузей, вирізняти переваги і недоліки твору [33].

Щоб робота у друкованій пресі була плідною редактор забезпечує ритмічність роботи. Редакція повинна мати сталий графік, відповідний обсяг і вміст інформації,

яка буде готуватися до публікації. Редакція розробляє різні плани, де зазначає: тематичні напрямки, зміст видання, заходи та осіб, які відповідають за певний процес.

Можемо простежити, що в газетах все менше стає аналітики, бо перше місце займають оперативні матеріали. Така динаміка призвела до оперативних робочих планів, їх є три види:

- I. Місячний;
- II. Тижневий;
- III. План номера.

Місячний план – цей план відповідає за підготовку аналітики та оперативність з певних тем. Він не є таким нагальним, тому може готуватися трохи довше. Також в цьому плані зазначають термін подачі готового матеріалу та який працівник за нього відповідає. Визначаються майбутні рубрики та теми.

Тижневий план – це вже оперативне планування роботи з зазначенням чітких тем, які будуть розкриті у виданні протягом тижня. В цьому виді планування визначають відповідальність кожного журналіста за його матеріал та визначають жанри і стилі для кожного виду матеріалу.

У плані номера зазначають: заголовки, рубрики, жанри, точне написання тем, авторів, обсяг, та розміщення на шпальті матеріалів.

Такі плани створюють здебільшого редактори, щоб організувати на місяць, тиждень та наступний випуск роботу усієї редакції. Такий план дає змогу нічого не забути, розділити обов'язки між працівниками, створити певний графік роботи. Така систематизація допомагає редакції забезпечити ритмічність роботи [36].

В періодиці також працює технічний редактор. Технічний редактор – створює для видавничого оригіналу друкарську форму, для кожного видання чи тексту підбирає технічні характеристики, також він стежить за дотриманням правил при наборі тексту та при верстці. Завдання технічного редактора: слідкувати за дотриманням стандартів і норм відповідно до Держстандартів України. Технічний редактор встановлює такі параметри: читабельність, шрифт, саме оформлення,

формат, обсяг. Отже, в редакції такий фахівець потрібен, щоб газета виглядала більш привабливо та стильно, а головне відповідала вимогам [64, с.40].

Щоб газета набула ефектного вигляду потрібно:

- ✓ вдало вибрати накреслення і кегель для різних видів тексту (основного, додаткового або рекламного);
- ✓ не перебільшити з кількістю форматів набору;
- ✓ виправдано обрати набір заголовків;
- ✓ виділити найцікавішу інформацію, щоб зацікавити читача [64, с.42].

Отже, ми розглянули, які редактори можуть працювати в редакції, їхні функції, обов'язки та вимоги. Розібралися з тим, як проводить редагування редактор та яких правил він дотримується.

## **РОЗДІЛ III. РЕДАГУВАННЯ ТЕКСТІВ У ГАЗЕТАХ «НОВА ТЕРНОПІЛЬСЬКА» ТА «НОМЕР ОДИН»**

### **3.1 Мовно-стилістичний аспект у газетах «Нова тернопільська газета» та «Номер один»**

Газета «Нова тернопільська» заснована на початку нового століття – у 2000 році. Це суспільно-політичний тижневик міста Тернопіль, який виходить кожної середи. Щодо тематичного наповнення, то в газеті є інформація про кримінал, культуру, політику, поради для господарства, спорт та ринок. Головний редактор цього тижневика Микола Мартинчук, який працює з 2000 року. Формат видання А2, тираж становить близько 27 000 тисяч. Газета виходить українською мовою. Видання має онлайн версію.

Газета «Номер один» – це тернопільська газета, яка почала виходити з 5 жовтня 2005 року. Видання виходить щосереди. Газета спрямована на міське населення, але виходить і в 16 районних центрах. Щодо характеристик газети, то тираж становить близько 24 тисячі, формат А3. Основні рубрики газети:

- «Факти за тиждень» – місцеві новини, новини сусідніх областей, новини України, новини спорту та релігійні новини;
- «Резонанс»;
- «Справа №...» – кримінальні події;
- «Політична трибуна»;
- «Тернопільська мозаїка»;
- «Підприємницька діяльність» – інформація про малий і середній бізнес;
- «Тернопільська прописка» – короткі розповіді і фото тернополян;
- «Здоров'я»;
- «Подорожі та відпочинок»;
- «Споживач» – про тестування послуг і товарів;
- «За кавою» – розважальна рубрика;
- «Скандал»;
- «Думки в голос» – комунікація з читачами за допомогою опитувань та листів;
- «Персона» – інтерв'ю з відомими людьми [34].

Співзасновник та шеф-редактор цього видання Тетяна Вербицька. Головний редактор Віталій Попович. Над газетою працюють у редакції газети «Номер один»: журналіст, заступник редактора, дизайнер-верстальник, верстальник [34].

Щоб проаналізувати текст, варто звернути увагу на мову та стиль і дати їм об'єктивну оцінку. Такий аналіз поділяють на дві частини:

- перша частина має більш творчий характер. Ця частина пов'язана з індивідуальними особливостями стилю та мови, які використовують автори своїх матеріалів. Редагувати потрібно так, щоб не забувати про стандарти, але й давати можливість для творчості та індивідуальності;
- друга частина майже не містить творчості, але не є лише технічною. В цій частині варто оцінювати вимоги до стилю та мови, звертати увагу на стилістичні норми, граматичні і в загалом на правильність вживання мови у матеріалах.

Аналізуючи тексти газет варто звертати увагу на інформаційно-структурні особливості текстів:

- зв'язаність;
- логічність;
- цілісність;
- зрозумілість;
- ясність;
- доступність.

Існують і тональні особливості – це чистота, культура, правильність мовлення. Ці особливості є важливим показником при аналізі та оцінці тексту, щоб сформулювати цінність самого матеріалу.

Робота з аналізом тексту за стилем і мовою носить важкий характер, бо є ряд труднощів у роботі. Працюючи над стилем і мовою ми не можемо розділяти окремо зміст твору. Правлячи вираження, редактор хоче передати зміст, щоб максимально точно і глибоко описати усі смисли. Заміна в тексті того чи іншого слова уже несе за собою певні зміни у змісті. «Одна і та ж думка змінюється в залежності від слів, які її виражають» – писав Б. Паскаль.

В навчальній практиці існують певні вимоги до аналізу мови й стилю творів. Починати роботу варто з того, щоб окреслити для себе специфічні та загальні закономірності стилю та мови матеріалу. При першому читанні редактор зазвичай визначає сильні та слабкі сторони, а потім аналізує типові мовностилістичні помилки автора. Якщо на одній сторінці ми побачимо дві однотипні помилки, то в подальшому мусимо звертати увагу на такі слова, бо це є проблемою даного автора.

Якщо виникає проблема при якій необхідно покращити стиль, то варто це зробити за допомогою правильно розставлених розділових знаків. Особливо варто звертати увагу на абзаци та крапки. В ідеалі редактор мусить вивчити специфіку лексики та синтаксису, мови та стилю автора, щоб під час редагування використовувати характерні для цього тексту засоби.

Друга вимога полягає в тому, що редактор мусить уникати суб'єктивної думки при аналізі. Через суб'єктивні думки редактора матеріали можуть втратити свою ідентичність та цінність.

Ми провели дослідження-моніторинг конкретних двох регіональних ЗМІ, щоб зрозуміти, які помилки найчастіше допускаються. Після досліджень сформуємо ряд рекомендацій як уникати таких проблем. Варто зазначити наперед, що матеріали написанні дуже добре та містять одиничні помилки.

Для аналізу ми обрали видання «Нова тернопільська газета» та «Номер один». Ми здійснили моніторинг допущених помилок. Дослідження газети «Нова тернопільська газета» розпочалося з 3 листопада 2021 року, а закінчилося 1 березня 2022 року. Загалом проаналізували 14 випусків цієї газети, які містить 112 газетних сторінок форматом А2. Також для аналізу була обрана газета «Номер один», яку ми почали аналізувати з 3 листопада, а закінчили 23 лютого 2022 року. Кількість проаналізованих сторінок – 210 формату А3.

У даних матеріалах ми аналізували стиль подачі, помилки, які трапляються в матеріалах, неправильно вжиті слова, росіянізми, побудова речень, помилки технічного набору.

Усі помилки, які віднайшли, об'єднали за певним принципом: «Орфографічні» (граматичні)», «Пунктуаційні», «Стилістичні», та «Технічні».

Загальний підсумок нашого дослідження видання «Нова Тернопільська газета» такий: у 14 випусках, що становить 112 газетних сторінок, знайдено помилки:

- помилки при наборі (технічні);
- граматичні;
- росіянізми;
- стилістичні;
- чергування в\у;
- чергування й\і.

Таблиця 1

Неправильно	Правильно	Коментар	Місце помилки в газеті
«За виключенням споживачів квартири, яких на індивідуальному опаленні, згідно із актами обстеження...»	«За винятком споживачів квартири, яких на індивідуальному опаленні, згідно із актами обстеження...»	Тут – калька з російської мови. В українській мові іменник «виключення» бере початок від дієслова «виключати»	№7, 23.02.22, с.2
«Стосовно траси М-30 Стрий – Ізварине була головним об'єктом програми «Велике будівництво у Тернопільській	«Щодо траси М-30 Стрий – Ізварине була головним об'єктом програми «Велике будівництво у Тернопільській	Слово «щодо» більш доречне для української мови	№7, 23.02.22, с.3



області»	області»		
«Цей туристичний маршрут на усій протяжності до межі з Прикарпаттям»	«Цей туристичний маршрут по всій протяжності до межі з Прикарпаттям»	Калька з російської мови	№2, 19.01.22, с.1
«Частину від міста Тернопіль до межі з Хмельницькою областю та 1,2 км в межах м. Бережани було відремонтовано кілька років назад»	«Частину дороги від Тернополя до межі з Хмельницькою областю та 1,2 км в межах м. Бережани відремонтовано кілька років тому»	Після слів з кількісним значенням потрібно вживати тільки «тому», бо «назад» і «тому назад» є калькою.	№2, 19.01.22, с.2
«Отож, учора, 23 листопада, голова Тернопільської облради Михайло Головка прозвітував про перший рік роботи нового складу найголовнішого органу місцевого самоврядування краю перед журналістами»	«Отож, учора, 23 листопада, голова Тернопільської облради Михайло Головка прозвітував про перший рік роботи найголовнішого органу місцевого самоврядування перед журналістами»	Слово «краю» в цьому реченні зайве, бо вже використане слово «місцевого».	№44, 24.11.22, с.1
«Завдяки оперативним рішенням міського	«Завдяки оперативним рішенням міського	На письмі біля скорочень слів «млн» та «грн»	Типова помилка, яка зустрічається протягом усіх

голови Сергія Надала та міської влади у 2020 році закуплено три кисневі станції на загальну суму 7 млн. грн.»	голови Сергія Надала та міської влади у 2020 році закуплено три кисневі станції на загальну суму 7 млн грн»	крапки не ставимо.	випусків. №44, 24.11.21, с.2
«Щодо технічної альтернативи 1 – виготовлення проектної документації;»	«Щодо технічної альтернативи 1 – виготовлення проектної документації;»	Згідно з новим правописом слово «проект» пишеться через букву «є», тобто «проектної»	Типова помилка, яка зустрічається у деяких матеріалах. №44, 24.11.21, с.5
«Більше року «Контінентал» не лише озеленює території громад, а й підтримує розвиток бджолярства»	«Понад рік «Контінентал» не лише озеленює території громад, а й підтримує розвиток бджолярства»	Типова лексична помилка	№45, 01.12.21, с.5
«На даний час заплановано у 2021 році охопити ремонтом 18 кілометрів автошляху Т-20-01 Бучач-Чортків-Скала-Подільська»	«На цю пору заплановано у 2021 році охопити ремонтом 18 кілометрів автошляху Т-20-01 Бучач-Чортків-Скала-Подільська»	Типова лексична помилка	№41, 03.11.21, с.3
«Так як одне з ключових питань порядку денного –	Тому що одне з ключових питань порядку денного –	Типова лексична помилка	№41, 03.11.21, с.3

початок опалювального сезону в Україні»	початок опалювального сезону в Україні»		
«Хочу відмітити, що основні роботи на трасі М-30 у 2021 році завершені, проїзд 66,3 кілометри забезпечено»	«Хочу відзначити, що основні роботи на трасі М-30 у 2021 році завершені, проїзд 66,3 кілометри забезпечено»	Типова лексична помилка	№7, 23.02.2022, с.03
«Інші нарахування, починаючи з січня 2022 року, будуть проводитися відповідно до оновленої...»	«Інші нарахування, починаючи з січня 2022 року, будуть проводитися відповідно до оновленої...»	Технічна помилка	№7, 23.02.2022, с.2
«Дане рішення набирає чинності з моменту його оприлюднення»	«Дане рішення набирає чинності з моменту його оприлюднення»	Технічна помилка	№6, 16.02.2022, с.6
«Не виключено, що у школах будуть проведені навчання для дітей щодо евакуації з навчального закладу»	«Не без того, що у школах проведуть навчання для дітей щодо евакуації з навчального закладу»	Типова лексична помилка	№6, 16.02.2022, с.2
«При цьому дбаємо і про	«Одночасно дбаємо про інфраструктуру	Типова лексична помилка	№2, 19.01.2022, с.2

інфраструктуру у населених пунктах, через які пролягає ремонтowana дорога»	у населених пунктах, через які пролягає відремонтована дорога»		
--	--	--	--

У виданні «Нова Тернопільська газета» не так багато помилок, але, якщо й трапляються, то це типові лексичні помилки або технічні.

Помилки, які ми побачили у випусках видання «Номер один»:

Таблиця 2

Неправильно	Правильно	Коментар	Місце помилки в газеті
«За це рішення проголосували 36 депутатів, троє – утримались і ніхто не був проти.»	«За це рішення проголосували 36 депутатів, 3 – утримались і ніхто не був проти.»	Якщо є числа, якесь перерахування, то потрібно усі писати або літерами, або цифрами.	№44, 03.11.21, с.1
«У всякому разі громадські слухання у Потуторах проводилися саме з планової діяльності цього товариства...»	«У будь-якому разі громадські слухання у Потуторах проводилися саме з планової діяльності цього товариства...»	Калька з російської мови, таких виразів краще уникати, бо це помилка.	№44, 03.11.21, с.1
«Що цікаво, два колеги із фракції пані Марти позитивно	«Що цікаво, двоє колег із фракції пані Марти позитивно	Калька з російської мови.	№44, 03.11.21, с.1

проголосували по цьому питанню...»	проголосували з цього питання...»		
«Даним же фактом зараз апелюють недобросовісні люди...»	«Цим фактом зараз апелюють недобросовісні люди...»	Канцеляризм	№44, 03.11.21, с.11
«...чи припустиме таке поводження з дітьми та як даний конфлікт буде вирішено»	«...чи припустиме таке поводження з дітьми, оскільки цей конфлікт вирішать»	Технічна помилка	№44, 03.11.21, с.11
«Близько двох років я працювала над своїм психоемоційним станом»	«Близько двох років я працювала над своїм психоемоційним станом»	Слово «психоемоційний» пишемо разом.	№44, 03.11.21, с.13
«Проблеми по кардіології, сердечні хвороби – це проблеми з емоціями»	«Проблеми з кардіології, сердечні хвороби – це проблеми з емоціями»	Калька з російської мови.	№44, 03.11.21, с.13

«...Нещодавно я відвідала Польщу, вперше за останніх два роки, на які припадали то локдаун, то карантин»	«Нещодавно я відвідала Польщу, вперше за останніх два роки, на які припав карантин»	«Карантин» і «локдаун» – синоніми. У цьому реченні тавтологія.	№47, 24.11.21, с.1
--	---	--	--------------------

«Водії, які потрапили у пригоду на державних дорогах можуть звернутися по допомогу за телефонами...»	«Водії, які потрапили у пригоду на державних дорогах, можуть звернутися за допомогою телефоном...»	Технічні помилки	№50, 15.12.21, с.4
«...адже вони не лише допоможуть скрасити довгі холодні вечори, а й покращать кровообіг і зігріють...»	«адже вони не лише допоможуть розбавити довгі холодні вечори, а й покращать кровообіг і зігріють...»	Речення, яке краще переробити, бо тут є і пунктуаційна помилка і велика кількість росіянізмів.	№50, 15.12.21, с.14
«Судіть самі: лише за останні 10 днів НАБУ викрило на одержанні майже 1,3 млн. грн. хабара депутата...»	«Судіть самі: лише за останні 10 днів НАБУ викрило на одержанні майже 1,3 млн грн хабара депутата...»	Після скорочення слів «мільйон», «гривні» крапки не ставимо.	№8, 23.02.2022, с.2
«Є багато звернень щодо неможливості додзвонитися в кол-цент ВАТ «Тернопільобленерго» за тел...»	«Є багато звернень щодо неможливості додзвонитися в кол-центр ВАТ «Тернопільобленерго» тел...»	Технічна помилка	№44, 03.11.21, с.4
«...чи припустиме таке поводження з дітьми та як даний конфлікт буде вирішено...»	«...чи припустиме таке поводження з дітьми, тому що цей конфлікт буде вирішено...»	Технічна помилка та лексична	№44, 03.11.21, с.11

«Антибіотики, постійно слідкуєш, щоби десь не переохолодитися, не змерзнути»	«Антибіотики, постійно стежиш, щоб десь не переохолодитися»	Тавтологія	№44, 03.11.21, с.13
«Оленці 1,2 рочки, вона дуже швидко розвивається і наздоганяє своїх ровесників, — розповіла мама Оленки Оксана.....»		Технічна помилка, не вказали прізвище	№47, 24.11.21, с.12

Типовими помилками в цій газеті є надмірне вживання одного і того ж слова впродовж матеріалу, також помилкові скорочення та написання росіянізмів, кальки подано в додатку В. Часто можуть трапитися неправильні переноси, які розривають номери, адреси, посилання. Отже, ми розглянули декілька помилок, яких допустили працівники редакцій. Журналісти допускають типових лексичних помилок, росіянізмів та повторів. Тому ми нижче окреслили типові помилки.

### **3.2 Художньо-поліграфічне втілення газет «Номер один» та «Нова тернопільська газета»**

Вже давно оформлення газет набуло особливого значення. Адже читачі найперше звертають увагу на художнє оформлення та поліграфічне виконання друкованої продукції. Вдале оформлення впливає на цілеспрямоване та швидке сприйняття написаного.

Отже, до внутрішньої форми газети належить жанрова, а також тематична структури. Для періодичного видання важлива правильна його організація, різні

жанри публікуються у відповідних місцях. Потрібно поєднати усі жанрові частини так, щоб видання мало цілісний та гармонійний вигляд. Коли текст набуває структурних якостей, то зміст цього видання стає внутрішньо оформленим. Завдання верстальника з'єднати між собою усі наявні рубрики, розділи та окремі матеріали так, щоб читач міг виокремлювати матеріали одне від одного, але водночас поєднати в одне ціле. Для цього використовують полоси, цифри, які поєднують та упорядковують в ряд, що допомагає виділяти значимість матеріалів. Такий спосіб спрощує процес читання та допомагає читачеві знаходити те, що його найбільше цікавить [10].

Важливо вміло використовувати графічні та просторові способи виявлення змісту для того, щоб розмістити вдало різні розміри матеріалів, тематичні частини, зв'язки та розмежування.

У зовнішній формі головний елемент – композиція. Композиція в газеті – це спеціальна розробка сюжетно-тематичної основи твору, яку розділяють на фігури і предмети в просторі, а пізніше розроблять відповідність світла, тіні, обсягу та навіть кольору. Ось для прикладу вечірні газети, як правило, створюють набагато яскравішими ніж ранкові. Таку різницю можна побачити між молодіжними та дитячими видання, бо в них зовсім різна насиченість фарб, тонів і різна динаміка композиції [10].

Основне від чого залежить зовнішній вигляд видання – це склад та сама жанрова структура газети. Газети, котрі містять велику різноманітність жанрів відбувається чергування інформаційних та аналітичних жанрів, а це дозволяє створювати динаміку між фігурами та полосами, сама шпальта виглядає цікавіше навіть якщо там мало ілюстрацій. Ми вже знаємо, що для оформлення дитячих газет характерною є множинність зображень, оповідей, репортажів, нарисів, мальованих заголовків, а все це створює певну «яскравість». Отже, основне, що впливає на композицію газети це тип та жанр матеріалу, його тема, актуальність. Журналістська практика дозволяє створювати фізичні межі матеріалам, цими межами можуть бути: секції, полоси, розвороти. Коли газета має стандартні обсяги, то часто нариси, фейлетони, проблемні статті мають там «своє місце».



В аналізованій нами газеті «Номер один» на другій сторінці завжди розміщена проблема стаття шеф-редакторки Тетяни Вербицької. Такі матеріали як кореспонденція чи якісь важливі статті потребують особливого зовнішнього оформлення. Такі матеріали можуть виділяти за допомогою шрифтового оформлення заголовків та самих текстів. Якщо в номері є офіційні повідомлення, то їх виділяють більшим кеглем чи іншим форматом набору. Для поезій часто використовують обрамлення, а для додаткових чи довідкових матеріалів світліші, курсивні шрифти. Читачів навіть не підозрюють, що наявна композиція, усі розміри та графічні елементи є закономірними, а не випадковими. Важливим аспектом є й уніфікація шрифтового оформлення, бо вона створює єдину цілісність видання [10].

Отже, верстання газети – це творчість, яка базується на підборі шрифтів, ілюстрацій, методів розташування текстів, застосування правил пропорцій та контрастів. З часом кожна газета вробляє власну композиційно-графічну модель, себто як буде виглядати графічна, жанрова та тематична будова номера.

Розглянемо оформлення газети «Номер один» подано в додатку А. Верстання газети створюється за короткий час, тому тут правила дещо пом'якшенні в порівнянні з книгами. Переглянувши декілька випусків газети «Номер один», можемо помітити, що верстку виконують строго за макетом. Це дозволяє створити сприйняття змісту відповідно до газетної шпальти. У цій газеті використовують кольорові заголовки для деяких матеріалів. Сама газета кольорова, але деякі шпальти чорно-білі. Які саме простежити важко, бо у кожному випуску по-різному.

Тижневик «Номер один» (див. рис. 3.1).



Рисунок 3.1. Титульний аркуш газети «Номер один»

На титульному аркуші у самому верху на голубій виворітці бачимо заголовок та посилання на сторінку про цей сенсаційний або основний матеріал (див. рис. 3.2).

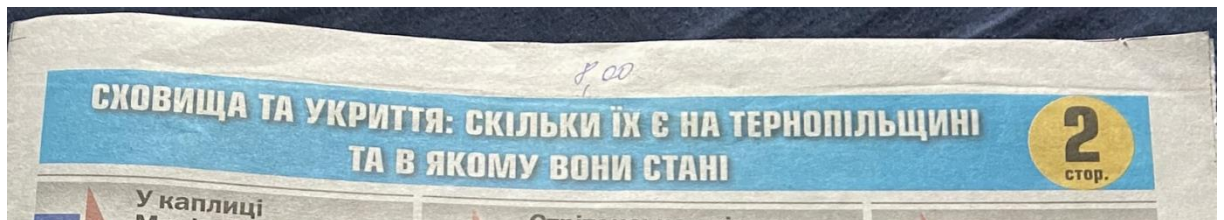


Рисунок 3.2. Верхня частина видання «Номер один»

Нижче у матеріалі на думку редакції вибрані найцікавіші або найрезонансніші матеріали та посилання на сторінку, де вони розміщені (див. рис. 3.3).



Рисунок 3.3. Матеріали винесені на титул

Далі ми бачимо назву самого видання, номер випуску, посилання на онлайн-версію цього видання та штрих-код (див. рис. 3.4).



Рисунок 3.4. Логотип газети «Номер один»

Наступні елементи – це посилання на два матеріали, які можуть бути замовленими, бо часто згадують політиків чи відомих людей (див. рис 3.5).



Рисунок 3.5. Елементи винесені на титул

Останніми елементами на шпальті є реклама. Тут розміщують чотири реклами. Одна з них – про передплату газети «Номер один». Інші три – замовлена реклама (див. рис. 3.6).



реклама

**ТЕРНОПІЛЬБУД**  
www.ternopilbud.com



**КВАРТИРИ І КОМЕРЦІЙНІ ПРИМІЩЕННЯ**  
У ЖИТЛОВИХ КОМПЛЕКСАХ З ВЛАСНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ

- Глибока
- Галицька
- Микулинецька
- Тролейбусна
- Володимира Великого
- Гайова
- О. Довженка
- Київська-Тарнавського
- С. Стаднікової
- Злуки

(067) 350-48-81 (0352) 25-45-27 Відділ продажів: просп. С. Бандери, 38

**НАЙБІЛЬШЕ МІСЦЕВИХ НОВИН**

**НОМЕР ОДИН**  
www.gazeta1.com

**ГОЛОВНА ГАЗЕТА ТЕРНОПОЛЯ**  
**передплата на 2022 рік!**

індекс 94673

**1 міс. – 49.00 грн\***  
**3 міс. – 142.00 грн\***  
**6 міс. – 278.00 грн\***

\* послуги Укрпошти включені в ціну

**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ БЕТОННИЙ ЗАВОД**

**ВИРОБНИЦТВО ТА ПРОДАЖ**

- Панелей
- Перемичок
- Фундаментних блоків
- Балконних плит
- Плит огорожі
- Товарного бетону

**Доставка товару транспортом**

**Гуртовий склад**  
**сипучих будівельних матеріалів**

- Щебінь гр.5'20
- Щебінь гр.20'40
- Відсів гр.
- Пісок
- Цемент 25кг
- Цемент 50кг

☎ 0 500 600 400 📍 вул. Бродівська, 48

**Щастя -5% НОВОРІЧНА ЗНИЖКА**



**КВАРТИРА В ТЕРНОПОЛІ**  
**БІЛЯ САВИЧ ПАРКУ**  
**від 25 000 \$**

Деталі у менеджера

Рисунок 3.6 Рекламні матеріали видання «Номер один»

На першому розвороті ми бачимо постійну рубрику – це матеріал від шеф-редакторки Тетяни Вербицької. Редакторка аналізує суспільно-важливі проблеми, де часто висловлює свою позицію. Також біля цього матеріалу завжди розміщена її фотографія (див. рис. 3.7).

№1 (181) на 2.02.2022 **НОМЕР ОДИН** **НОВИНИ** www.gazeta1.com 2

## “Не бийте мене, рідні!”, або Як нам дорости до здорової нації

Насправді ця тема настільки делікатна і водночас гостра, що писати про неї найважче адекватно. Вже декілька разів створювалися написаний текст і знову відкладався у довгий ящик. Тому що над її вирішенням повинні працювати цілі державні інституції, ґрунтовно і невідкладно. Якщо ми дійсно хочемо виховати майбутню здорову націю. Здорову – насамперед психологічно.

Мова йде про насильство над дітьми. Не важко, якого воно виду – психологічне, фізичне чи сексуальне. Найважливіше те, що у більшості випадків, майже у всіх випадках насильства над дітьми, винуватцем є член сім'ї чи родичі.

Щодо разу пошуком такої психіки, що створює таку інформацію з дитини, жінка та її співмешканець організували підліткову дитину поведінку. Така жінка чоловік мав намір вибратися зі своєї бачки. А чоловіком героїні з'явився двоє маленьких дітей цієї жінки. За активної участі самої жінки. Хлоп у даному випадку називається “мамою” це створення жінки не повернувшись. Аж до мами для жінки дитини – насильство беззастови і зазаст.

З року в рік на терені нашої Глибокої візуючої християнської Тернопільщини фіксують випадки, коли люди дізнаються або виходять (що, в принципі, єдине і те ж) своє повноцінне, жене дитя на світлий, і це при можливості легально зробити аборт, не кажучи вже про допуск розмаїтих протиправних засобів. Кожен випадок різний: серед таких жінок є як немолоді, так і ті, які навіть мають старших дітей. Хто ж вони розповідає їм, кому можна звернутися за допомогою? Коли встане...

Широко розповсюджені про “віно життя” у погані будинках, куди зрештою можна віддати несприятелів, але не в тому жінка дитя? Чи можна знайти “гарну дитину” психологічно підтримати для жінки з небезпечною вагітністю або післяродовою депресією?

Сексуальне насильство над дітьми та підлітками – насправді не така вже й рідкість. Тільки про неї, як правило, мовчать. Насамперед – самі діти. Хтось – через страх і залякування. А хтось – просто не знає, де шукати захисту. Якщо насильство це й відбувається в родині, то не розуміючи й не розуміючи, що в житті вони можуть з тими зустрітися, а там більше про те, що робити потім. З тими дітьми, як правило, ніхто не говорить про сексуальне насильство, про недостатність власного тіла про те, як зупинити насильство. Про те, куди звертатися за допомогою і як побороти страх. Тільки останнім роком в Україні почала з'являтися спеціалізована література, адже далі не можна бачити готові говорити зі своїми дітьми “про це”. Тому що те, що в останні роки так довго була табуованою у суспільстві, що дорослі просто не знали, як правильно виховувати і цьому напрямку дітей.

До речі, багато хто стверджує, що зазвичайно сексуальне насильство над дітьми здійснюють не педофіли, а агресори, ким подобається отримувати жертву. Часто навіть хтось із родини! Тут найголовніше не те, що зробить з насильником у тюремній камері, а те, що дитина після наруги може залишитися зламною на все життя. А без допомоги спеціалістів загрозить навіть спробами суїциду.

Психологічне та фізичне насильство – лайка, погрози, побиття, залякування – у багатьох випадках, на жаль, є нормою. І якщо хтось думає, що дитину найкраще виконувати розкази, то насправді різні потрібні дітям самого. Аж до звичайної на дитині ілюзії, недовірливості чи зазасті, побиття відсутності власної терпимості і бачку потрібних слів сказати про внутрішні проблеми у дорослому. Але зазаст того, або адекватності, із власними слабкостями, такі батьки психологічно калічать власних дітей. До слова, психологічне насильство – це не тільки образи самої дитини. Сварки, бійки, лайки на очах у дітей завдають їм не менш психологічних травм і душевних страждань.

Ще раз повторююся, що таке дитинство, як зрушення над дітьми, все ще просвітає у родині візуючої країни. Серед людей, які масово гартує за моралі і добрі знання, насильники захищені законами діти у цивілізованому світі. І країні, де не встановлено достатньо суворості до насильників, а власну свободу та надмірність, виконуючи в них страх замість поваги, ми формуюмо наступне покоління психологічно ослаблених людей. І якщо десь на рівні парламенту та відповідних міністерств не вживаються кардинальні заходи щодо заложення таким випадкам, якщо ми всі замість пошукати у пошуку про бачку зрушення над дитиною, бачимося в “моє хата спіраю”, то так і не зможемо назвати себе психологічно здоровою нацією.

Тетяна Вербицька, шеф-редактор

Рисунок 3.7. Матеріали шеф-редакторки

Версткою і дизайном цієї газети займається Микола Новацький. Заголовки до матеріалів, де йдеться про людей – кольорові, ілюстрації до них теж. Всі інші

заголовки – чорно-білі, виконані різним розміром. Усі елементи цієї газети вступають у зв'язок між собою. В деяких матеріалах однаковим шрифтом набирається і текст, і заголовок, а відрізняються вони лиш насиченістю та кеглем. У тижневику «Номер один» використовують і лінійки для виділення окремих текстових колонок, розмежування деяких матеріалів. Майже усі елементи цієї газети є постійними, але їхня структура сполучення і функції для кожного випуску моделюються індивідуально.

Можемо помітити, що аналізована нами газета має макет за яким моделюють усі випуски:

- ✓ формат набору – це шрифти, які використовують для тексту та для заголовків, розмірні характеристики;
- ✓ принципи верстки – це схема за якою моделюють та розміщують ілюстрації та тексти;
- ✓ постійне місце на сторінці – матеріали, які завжди зверстані на одному місці;
- ✓ заголовковий комплекс – це рубрикація в даному випадку «Персона», «Соціалка», «Кримінал», «Новини», «Освіта», «Здоров'я», «Ексклюзив», «Потаємне», «Спорт», «Господар», «Рекламний блок».

У «Номер один» також є декоративні елементи, які виділяють або відокремлюють деякі матеріали, надають специфічних рис, це різноманітні кольорові лінійки, рамки, виворітки.

Наступне видання, яке ми обрали для аналізу «Нова Тернопільська газета». Тут, як і в попередньому аналізі, є рекламні елементи. На титулі розміщено п'ять рекламних макетів (див. рис. 3.8).





Рисунок 3.8. Рекламні матеріали видання «Нова тернопільська газета»

Зверху розміщено логотип видання, який може змінюватися, коли наприклад святковий чи перший зимовий випуск. Там є й інформація про передплату та вказано номер випуску. Оразу біля цього матеріалу є посилання на матеріал (див. рис. 3.9).



Рисунок 3.9. Логотип та посилання на матеріал

На відміну від попереднього видання, у цьому на першій шпальті є частина матеріалу і посилання на сторінку всередині газети подано в додатку Б. Тут заголовок оформлюють кольорами, більшим шрифтом та навіть є виворітка та кольорова фотографія (див. рис. 3.10).



Рисунок 3.10. Матеріал з продовженням всередині

Збоку є повний матеріал з ілюстрацією, судячи із заголовку це резонанс, тому його розмістили на титулі, автора матеріалу виділили лінійкою, а матеріали на титулі розділені лініями (див. рис. 3.11).



Рисунок 3.11. Повний матеріал на титулі



Кольоровим у цьому виданні є лише перша та остання сторінки. Заголовки зверстані тим самим шрифтом, але більшим кеглем. Ілюстрації теж чорно-білі. Матеріали розділені лінійками, деякі додаткові матеріали розташовані на сірому фоні. Додаткові матеріали зверстані дрібним шрифтом меншим від основного приблизно на два пункти. З розваг в цій газеті є сканворд. Назви рубрик створені декоративним шрифтом, українські слова англійськими буквами та просто англійські слова, наприклад: «vlada», «panorama», «people», «kultura», «miks». Кожен випуск має однакову строгу концепцію та структуру.

Провівши аналіз, можна зробити висновок, що видання створені з певною цілісністю, а матеріали створюють змістові блоки. Завдяки окремим елементам (лінійкам, пробілам, рамкам) утворюють ритмічні ряди. Художньо-поліграфічне втілення створює обличчя видання, його ідентифікацію. Порівняння засобів та елементів сучасних газет дає можливість виділяти окремі архітектонічні типи.

### **3.3 Рекомендації щодо удосконалення цих видань**

Ми проаналізували видання «Нова тернопільська газета» та «Номер один» та виокремили типові помилки, яких найчастіше допускаються у текстах.

Отже, найперше про аналіз мовних складових. Аналізуючи обидва видання, найчастіше нам траплялися помилки, які стосуються мовних скорочень та зміни правопису, також були й інші види помилок.

Перше, що варто зробити це стежити за змінами правопису, які досить часто відбуваються в нашій мові. Зокрема, наше дослідження спрямоване на те, щоб вказати на мовно-стилістичні, а також типові помилки. Великою проблемою усіх видань є скорочення слів на письмі.

Правила скорочення слів на письмі:

- коли скорочуємо, повинні стежити, щоб скорочення не збігалось зі словом на письмі;
- скорочення назв організацій, установ, підприємств та марок пишемо з великої літери;



- слова, в яких найчастіше допускають помилок при скороченні: копійка, гривня, тисяча, мільярд, мільйон, долар. Отже, правильно: млн, грн, млрд, трлн, тис., дол.;

- якщо скорочуються математичні, фізичні, хімічні або механічні величини, то вони повинні повністю відповідати затвердженим державним стандартам;

- також неприпустиме скорочення різних слів однаково;
- скорочувати слово до першої літери, окрім винятків не можна;
- «рік» опісля дат за правилами залишають одну літеру, але якщо є кілька дат, то залишаємо дві літери «р»;

- псевдоніми та подвійні прізвища не скорочують, але є винятки;

- через похилу риску пишемо фінансові та навчальні роки [38].

Міністерство освіти і науки України в 2019 році внесли зміни до правопису, тому з 2019 року чинний новий правопис. Через минулий досвід написання деяких слів працівники все-таки допускають помилок. Аналіз, який ми провели буде корисний не лише для аналізованих видань, а й для усіх інших видань, тому що тут є багато загальної інформації, яка може допомогти виданням уникнути помилок в майбутньому. Розглянемо новий чинний правопис:

- ✓ слова Білорусь, осінь, любов, кров, Русь, сіль у родовому відмінку однини також можуть набувати закінчення –и;

- ✓ пишемо разом слово «світвечір»;

- ✓ числівник «пів» з іменниками пишуться окремо, тобто «пів хвилини», «пів години»;

- ✓ слова міф та ефір можуть писати через букву «т». Слова, які є грецького походження міт, етіф;

- ✓ слова з першим іншомовним елементом, що мають кількісний вияв чогось-небудь пишуться разом. Такими є префікси «мульти», «міні», «максі»;

- ✓ слова, які мають перший іншомовний компонент пишуться разом «віце», «обер», «екс», «анти», «контр», «лейб», «унтер», «штабс». Але є виняток «контр-адмірал»;

- ✓ прізвища російського походження, які закінчуються на -ой в українській мові пишуться через -ий – Толстий, Донський;
- ✓ слова, які походять з латинської та давньогрецької мови, то буквосполучення -ау можуть передавати через -ав. Наприклад, слова «лавреат», «авдиторія» та інші;
- ✓ також нововведення – деякі слова можуть починатися з букви -и. Наприклад, «ирій – ірій», «ирод – ірод»;
- ✓ проєкт, проєктувати, проєкція, проєктант, проєктор, проєктний, так як і ін'єкція, траєкторія, об'єкт, що мають латинське походження «jekt» пишемо через «єкт»;
- ✓ буквосполучення «ск», які є в шведській, англійській та німецькій мові передаються як буква «к». Наприклад, Рудбек, Бісмарк, Дікенс [33].

Найбільше помилок допускають при чергуванні букв в\у, з\зі, й\і. Також часто зустрічаються орфографічні помилки, пунктуаційні, росіянізми, стилістичні та технічні помилки.

Розглянемо найпоширеніші росіянізми в українській мові:

Таблиця 3

Неправильно	Правильно
Приймати до уваги	Брати до уваги
Виключення	Виняток
Мати рацію	Бути правим
Рахувати	Вважати
Я вибачаюсь	Вибачте мені
Прийняти міри	Вжити заходів
По крайній мірі	Принаймні
В кінці кінців	Зрештою
Так як	Тому що\оскільки
Піони	Півонії
У розстрочку	На виплату

Не по силам	Не під силу
Слідуючий	Наступний
Сосулька	Борулька
Виразатися	Висловлюватися

Прояви росіянізмів в українській мові:

- слова і вирази, які є калькою з російської мови;
- форми російських слів українізовані;
- поєднання російських і українських форм займенників;
- непритаманне використання букви «є» після приголосної (студент, тема, архітектор);
- вживання росіянізмів натомість українських слів;
- утворення ступенів порівняння типових до російського мови (самий кращий);
- формування з українських дієслів активних дієприкметників, які характерні російській мові (зробивший, відпочивший, пройшовший) [53].

При прочитанні газетних матеріалів часто можна натрапити на стилістичні помилки. Стилістичними помилками вважають неправильну побудову слів або ж неправильне вживання слова.

Найчастіше на письмі зустрічають такі стилістичні помилки:

- плеоназм – слова, які не несуть смислової цінності, такі слова утрудняють сприйняття тексту;
- неправильно вжиті пароніми – це слова близькі за звучанням, але різні за значенням (засвоїти\освоїти, надати\представити) [48].

На жаль, в газетах допускають граматичні та лексичні помилки, отож ми виділимо найбільш поширені аби запам'ятати та уникати їх в майбутньому:

Таблиця 4

Неправильно	Правильно
В ті часи	За тих часів
В тому числі	Серед них
В цей день	Цього дня
В цьому році	Цього року
Взамін	Натомість
До сих пір	Досі
За напрямком	У напрямку
За смаком	До смаку
Заклучний	Останній
І все ж	І все-таки
І так	Отже
Місцезнаходження	Розміщення\розташування
Не брати участь	Не брати участі
Ні одного разу	Жодного разу
Оптовий	Гуртовий
По заказу	На замовлення
При взльоті	На злеті
Раз в рік	Раз на рік
Стакан	Склянка
У нас свято	Маємо свято
У незначній мірі	Незначною мірою
Якби ж то	Якби-то
Не купив книгу	Не купив книги
На сьогоднішній день	На сьогодні
Займатися танцями	Вчитися танцювати

Для початку	Спочатку
За бажання	На бажання
За недбалістю	Через недбальство
За свідченням	Як свідчить
Заключається в тому	Полягає в тому

Ми розглянули типи помилок, які найчастіше допускаються в засобах масової інформації та просто на письмі. Переглянувши помилки, можна проаналізувати, чи допускає редакція такі ж. Також, в ході написання рекомендацій, ми пригадали деякі правила та зміни у правописі, що теж допоможе уникати помилок. Таблиці дають можливість візуально побачити, як «неправильно» та як «правильно» вживати слова в українській мові, уникаючи росіянізмів.

## ВИСНОВКИ

У теоретичній частині дипломної роботи ми розглянули сутність газети в засобах масової інформації, теоретичні аспекти газетних видань, проблеми типологізації газети, жанрово-тематичне наповнення друкованого видання. У другому розділі ми аналізували особливості редагування та організації роботи редакції та друкованого видання, особливості редагування журналістських текстів, правила редагування заголовків та роботу редактора в друкованій пресі та вимоги до нього. Робота мала на меті проаналізувати мовно-стилістичний аспект регіональних ЗМІ на прикладі газет «Номер один» та «Нова тернопільська газета».

Проаналізувавши сутність газети в ЗМІ, згадали перші видання. Також охарактеризували місце газети серед усіх засобів масової інформації. Визначили роль у суспільстві, основні функції, ознаки та мету газети. Ми розглядали проблему типологізації газет. Через всебічність розвитку її мотивів, завдань, єдиної правильної типології газет дослідники не виокремлюють. Під час дослідження жанрово-тематичного наповнення друкованого видання, розглянули види жанрів у ЗМІ.

Відтак, тематика газети залежить від мети видання, її концепції та читацької аудиторії. Опісля редакція та, зокрема, журналісти, обирають відповідний жанр для свого матеріалу. Зрозуміло, що у друкованій пресі переважають аналітичні та публіцистичні жанри. Адже стандарту оперативності газеті, яка публікується раз в тиждень, дотримуватися вкрай важко. У цьому вбачаємо і перевагу преси над іншими медіа.

У другому розділі ми дослідили особливості редагування журналістських текстів. Розглянули типові помилки, які найчастіше трапляються у журналістських текстах. Також окреслили основні вимоги до редактора, який працює з матеріалами. Особливу увагу звернули на редагування заголовків.

В останньому, найбільш трудомісткому розділі, оцінили мовно-стилістичний аспект в газетах «Нова тернопільська газета» та «Номер один». Проаналізувавши мову, стиль подачі, а саме помилки, які найчастіше трапляються у цих виданнях, впорядкували їх у відповідній таблиці. Загалом для дослідження використали

28 випусків обох газет. Також ми проаналізували художньо-поліграфічне втілення цих видань, зокрема, їх наповнення, використання різних графічних елементів, прийомів та способів верстання матеріалів. Щодо мовно-стилістичного аспекту, то ми виділили ряд помилок, а саме: чергування букв в/у, й/і, вживання росіянізмів, лексичні помилки, технічні, калька з російської мови, тавтологія. На основі цього створили рекомендації як уникати типових помилок.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналітичні жанри журналістики. URL: <http://surl.li/cedtl> (дата звернення 21.02.2022)
2. Аналітичні жанри. URL: <http://surl.li/cedts> (дата звернення 12.03.2022)
3. Верещинская Ю. В. Заголовки газетных статей в аспекте медиалингвистики (на материале испанского языка) Ю. В. Верещинская. Филологические науки в МГИМО : *Сборник научных трудов*. М. : МГИМО (У) МИД России, 2007. С. 17-25.
4. Газета та її роль в житті сучасного суспільства. URL: <https://jak.waykun.com/articles/gazeti-i-ih-rol-v-zhitti-suchasnogo-suspilstva.html> (дата звернення 15.11.2022)
5. Газета як тип видання. URL: <http://surl.li/cedtx> (дата звернення 07.02.2022)
6. Газета, поняття про газету. URL: <http://surl.li/awwef> (дата звернення 17.03.2022)
7. Газети, які виходять в Україні, онлайн-газета. *Лента новостей Чернигова*, від 02.09.2018.
8. Газетні форми. URL: <https://helpiks.org/6-12544.html> (дата звернення 12.01.2022)
9. Грень З. Преса Великої Британії як об'єкт вивчення у працях українських медіадослідників. *Львівська національна бібліотека України ім. В. Стефаника*, 2020.
10. Друковані ЗМІ, переваги та недоліки. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/25747/> (дата звернення 25.04.2022)
11. Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: <http://surl.li/cedut> (дата звернення 28.02.2022)
12. Есе. URL: <http://surl.li/ceduw> (дата звернення 17.01.2022)
13. Жанри газети. URL: <http://www.student-works.com.ua/kursovi/bjd/278.html> (дата звернення 15.02.2022)
14. Журналістські жанри. URL: <http://surl.li/ccxhm> (дата звернення 01.03.2022)
15. Журналістські розслідування. URL: <http://surl.li/cedvz> (дата звернення 05.02.2022)
16. Загальна класифікація помилок. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/24669/> (дата звернення 04.04.2022)



17. Заголовки до матеріалів. URL: [https://www.facebook.com/hashtag/корисності\\_тж](https://www.facebook.com/hashtag/корисності_тж) (дата звернення 29.04.2022)
18. Заголовок. URL: <http://surl.li/cedwq> (дата звернення 23.03.2022)
19. Замальовка. URL: <http://surl.li/cedwr> (дата звернення 16.03.2022)
20. Замітка. URL: <http://surl.li/cedww> (дата звернення 20.02.2022)
21. Засоби масової інформації Тернополя. URL: <http://surl.li/cedxa> (дата звернення 26.03.2022)
22. Звіт. URL: <https://poznayka.org/s54189t1.html> (дата звернення 14.02.2022)
23. Значення журналістських жанрів. URL: <https://uk.nsp-ie.org/periodismo-2711> (дата звернення 17.03.2022)
24. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети : [курс лекцій] В. Ф. Іванов.К. : Т-во «Знання», КОО, 2000. 222 с.
25. Інтерв'ю. URL: <http://surl.li/gaon> (дата звернення 16.04.2022)
26. Інформаційні жанри. URL: [https://studopedia.com.ua/1\\_118\\_Informatsiyni-zhanri.html](https://studopedia.com.ua/1_118_Informatsiyni-zhanri.html) (дата звернення 28.03.2022)
27. Коментар. URL: [https://sites.google.com/site/evfriday/uceba/gyrn\\_maist\\_3k](https://sites.google.com/site/evfriday/uceba/gyrn_maist_3k) (дата звернення 06.04.2022)
28. Кореспонденція. URL: <http://surl.li/cedxk> (дата звернення 25.03.2022)
29. Курашов В.В. Специфіка перекладу заголовків німецькомовних газет українською мовою : дипломна робота. КПІТІ, 2020
30. Мовні помилки. URL: <http://lyalyuk.com.ua/movni-pomylyky-vydy-i-typy-klasyfikatsiya.html> (дата звернення 16.05.2022)
31. Науковий метод. URL: <https://presa.com.ua/navchannia/naukovij-metod.html> (дата звернення 21.02.2022)
32. Новий український правопис. URL: <https://osvita.ua/school/64725/> (дата звернення 17.05.2022)
33. Номер один. URL: <http://surl.li/cedxr> (дата звернення 12.04.2022)
34. Огляд. URL: <http://surl.li/cedut> (дата звернення 16.03.2022)

35. Планування роботи редакції: вебсайт. URL: [https://studopedia.com.ua/1\\_14811\\_planuvannya-roboti-redaktsii.html](https://studopedia.com.ua/1_14811_planuvannya-roboti-redaktsii.html) (дата звернення 26.03.2022)
36. Правила оформлення заголовків. URL: [https://pidru4niki.com/1081080660545/dokumentoznavstvo/pravila\\_oformlennya\\_zagolovkiv\\_pidzagolovkiv](https://pidru4niki.com/1081080660545/dokumentoznavstvo/pravila_oformlennya_zagolovkiv_pidzagolovkiv) (дата звернення 18.04.2022)
37. Правила скорочення слів. URL: [https://studopedia.com.ua/1\\_85478\\_pravila-skorochuvannya-sliv.html](https://studopedia.com.ua/1_85478_pravila-skorochuvannya-sliv.html) (дата звернення 26.05.2022)
38. Присяжний М. Організація роботи редакції газети і праці журналіста : навч. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 182 с.
39. Проблеми становлення якісної преси. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/74215/12Grankina.pdf?sequence=1> (дата звернення 22.02.2022)
40. Проблеми типологізації. URL: <https://jour.bobrodobro.ru/1123> (дата звернення 13.03.2022)
41. Редагування. URL: <http://surl.li/cedyr> (дата звернення 18.02.2022)
42. Редактор (професія). URL: <http://surl.li/cedyt> (дата звернення 25.03.2022)
43. Рецензія. URL: <http://surl.li/cedza> (дата звернення 17.02.2022)
44. Робота редактора. URL: <http://surl.li/cedzc> (дата звернення 14.03.2022)
45. Стаття в журналістиці. URL: <http://surl.li/apqaa> (дата звернення 18.02.2022)
46. Стилiстичні помилки. URL: [https://studopedia.ru/12\\_248016\\_yaki-stilistichni-pomilki-isnuyut.html](https://studopedia.ru/12_248016_yaki-stilistichni-pomilki-isnuyut.html) (дата звернення 19.05.2022)
47. Тимошик М. Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання : підручник. Київ : Наша культура і наука, 2012. 376 с
48. Типологія ЗМІ. URL: <http://surl.li/cedzj> (дата звернення 17.12.2022)
49. Типологія періодичних видань. URL: [https://knowledge.allbest.ru/journalism/3c0b65635b2bd68a5c53b88421216c26\\_0.html](https://knowledge.allbest.ru/journalism/3c0b65635b2bd68a5c53b88421216c26_0.html) (дата звернення 21.12.2022)
50. Типологія. URL: <http://surl.li/cedzn> (дата звернення 04.04.2022)

51. Уживання росіянізмів. URL: [https://otherreferats.allbest.ru/languages/00844107\\_0.html](https://otherreferats.allbest.ru/languages/00844107_0.html) (дата звернення 17.05.2022)
52. Українська бібліотечна енциклопедія. URL: <https://ube.nlu.org.ua/> (дата звернення 13.02.2022)
53. Фейлетон. URL: <http://surl.li/cedzq> (дата 12.02.2022)
54. Функції газети. URL: <http://makvisti.com/2017/08/04/yaki-funktsiyi-vikonuye-gazeta/> (дата звернення 23.02.2022)
55. Характеристики аудиторії. URL: [https://stud.com.ua/74167/zhurnalistika/harakteristiki\\_auditoriyi](https://stud.com.ua/74167/zhurnalistika/harakteristiki_auditoriyi) (дата звернення 27.03.2022)
56. Художньо-публіцистичні жанри. URL: <http://www.tnu.in.ua/study/refs/d69/file120403.html> (дата звернення 17.03.2022)
57. Художньо-публіцистичні жанри.. URL: <https://lektsii.net/5-16697.html> (дата звернення 29.03.2022)
58. Цит. за: Огієнко І. (Митрополит Іларіон). Рідна мова. К., 2010. С. 189-190.
59. Чому потрібні газети. URL: <https://wol.jw.org/uk/wol/d/r15/lp-k/102005763> (дата звернення 10.11.2021)
60. Чому редакції потрібно кілька редакторів. URL: <http://surl.li/ceed> (дата звернення 08.05.2022)
61. Шевченко В. Художньо-технічне редагування : підручник. Київ : Паливода А.В, 2010. 516 с.
62. Як правити текст. URL: <https://henuathatsit.ru/vidpovidi-na-zapitannja/49802-jak-praviti-tekst.html> (дата звернення 12.03.2022)
63. Dernbach Beatrice, Loosen Wiebke. Didaktik der Journalistik: Konzepte, Methoden und Beispiele aus der Journalistenausbildung. Springer Fachmedien Wiesbaden 2012. S.473



## ДОДАТОК А



Луганщина. Путін виношує підступний план. Світ навіяв стурбований цією ситуацією. США, Велика Британія та Австралія вже навіть почали вивозити з Києва родини дипломатів. Чи готова Україна до наступу і як має вести себе влада і кожен громадянин у нинішніх умовах? Про це «НОВА» поспілкувалася з військовими, волонтеркою і капеланом із Тернопільщини. Свою позицію також висловив міський голова Тернополя Сергій Надан.

**«Рускій мір» зблизька, або Хто вони. оординці біля кордону**

Слухаючи сьогодні путіна-лаврова та численну пропагандистську нечисть Кремля на кшталт жиринського-соловйова-кисельова-захарова-скобєєвої, кож-

«Договор, подписанный с Россией, не стоит бумаги, на которой способнее и хитрее всех прочих русские. И если они когда-нибудь только там не было сильного битья. В тюрьме они получают пищу и питье»

**Отто фон Бисмарк,**  
німецький державний  
і політичний діяч

«Если бы этому народу была предоставлена возможность написать ежедневно, он бы был истреблен как исконичае».

«Этот народ по природе склонен к обману, только сильное бремя обу-

Річард Ченслер  
англійський мандрівник, 1553 р.  
стор. 9



вул. МИКУПИНЕШКА 116

068 002 111

«НОВІЙ...» ТЕРНОПІЛ'СЬКА

396 15 16








067 271 11 7024 № 03 06 879

**АСТЬ** 



МН. КВ.

- Глибока
- Галицька
- Микулинецька

- Тролейбусна
- Володимира Велико
- Гайова

Відділ продажу: просп. С. Бандери, 18  
1051170

• С. Стадников  
• Злуки

[illegible]

100

**ЯКІСТЬ**  
ГАРАНТОВАНА

• БРУКІВКА •

ДОСТАВКА • МОНТАЖ

 **БРУК•ТОН**  
виробник бруківки

 **(067) 208 72 48**

 [www.brukton.com.ua](http://www.brukton.com.ua)

 м.Тернопіль, вул.15 Квітня, 1



• СІНОВІ БЛОКИ •  
**ФУНДАМЕНТНІ БЛОКИ**

stop.03

КРЕАТОР  
БУД

МАКДОНЕ  
РЕПУБЛИКА  
МИКРОФИЛМ

вул. МИКУЛИНЕЦЬКА, 116

*4 етжа*

068 002 1111

**MATLA**  
БУДІВЕЛЬНА КОМПАНІЯ

м. Тернопіль, вул. Лучаківського, 6 [www.matla.com.ua](http://www.matla.com.ua)  
 тел: (0352) 22 44 22 (050) 20 47 663, (050) 01 15 266

[illegible]



# ТЕРНОПІЛЬБУД

www.ternopilbud.com



## КВАРТИРИ І КОМЕРЦІЙНІ ПРИМІЩЕННЯ

У ЖИТЛОВИХ КОМПЛЕКСАХ  
З ВИСОКОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ

- Глибока
- Галицька
- Микулинецька
- Тролейбусна
- Володимир Великого
- Гаїкова
- О. Довженка
- Київська-Тарнавського
- Стаднікової
- Злуки

Відділ продажу: просп. С. Бандери, 18  
 (067) 350-48-81 (0352) 25-45-27



# "ТЕРНОПІЛЬВОДОКАНАЛ": ЧОМУ ЗРОСЛИ ТАРИФИ, НАВІЩО ВЗЯЛИ КРЕДИТ І ЧИ МОЖНА ПИТИ ВОДУ ПРЯМО З КРАНА?

**5**  
стор.

**10**

Чи легко придбати ліки за "ковідну" тисячу?

**2**

Без хліба, молока та... грошей: чому українців чекає рік Голодного Тигра

**13**

Східний гороскоп на 2022 рік

26 січня  
2022 року  
**№4**  
(817)

ГОЛОВНА ГАЗЕТА ТЕРНОПОЛЯ

www.gazeta1.com

## НОМЕР ОДИН


**6**  
ст.


Командир батальйону територіальної оборони Тернопільського району

**Віталій Волков:**

"Військові, які проходять службу за контрактом в підрозділах тероборони, будуть захищати свій дім, вулицю, сім'ю, і в іншу область не поїдуть"

**8**  
ст.


Голова Скала-Подільської громади

**Ігор Лобода:**

"Усе, що є в громаді, – не моє, а наше спільне. А моє те, що в моїй домовіці"

реклама

**ТЕРНОПІЛЬБУД**  
www.ternopolbud.com

**КВАРТИРИ І КОМЕРЦІЙНІ ПРИМІЩЕННЯ**  
У ЖИТЛОВИХ КОМПЛЕКСАХ З ВЛАСНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ

- Глибока
- Галицька
- Микулинецька
- Тролейбусна
- Володимира Великого
- Гайова
- О. Довженка
- Київська-Тарнавського
- С. Стаднікової
- Злуки

(067) 350-48-81 (0352) 25-45-27 Відділ продажу: просп. С. Бандери, 38

НАЙБІЛЬШЕ МІСЦЕВИХ НОВИН

**НОМЕР ОДИН**  
www.gazeta1.com

ГОЛОВНА ГАЗЕТА ТЕРНОПОЛЯ  
передплата на 2022 рік!

індекс	94673
1 міс. – 49.00 грн*	
3 міс. – 142.00 грн*	
6 міс. – 278.00 грн*	

\* послуги Укрпошти включені в ціну

**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ БЕТОННИЙ ЗАВОД**

ВИРОБНИЦТВО ТА ПРОДАЖ

- Панелей
- Перемичок
- Фундаментних блоків
- Балконних плит
- Плит огорожі
- Товарного бетону

Доставка товару транспортом

Гуртовий склад силучих будівельних матеріалів

- Щебінь гр.5'20
- Щебінь гр.20'40
- Відсів гр.
- Пісок
- Цемент 25кг
- Цемент 50кг

☎ 0 500 600 400 📍 вул. Бродівська, 48

**Щастя -5% НОВОРІЧНА ЗНИЖКА**

**КВАРТИРА В ТЕРНОПІЛІ БІЛЯ САВИЧ ПАРКУ**  
від 25 000 \$

Деталі у менеджера



з кожною зацікавленою людиною...  
боротьби повстали і чоловіки, і жінки, навіть діти...

Але за що ми тоді боролися? Пам'ятаєте? Проти чого повставали і з чим не могли більше миритися?

Зізнаймося тепер відверто і чесно: а чи досягнули ми того, за що боролися? Чи справді нам вдалося після революції почати розбудову держави, про яку мріяли Герої Небесної сотні, підставляючи голови під кулі?

Не проти Януковича ми тоді боролися, і не проти Партії регіонів. А проти зла, яке вони уособлювали. Ось тільки "Яника" і "регіоналів" ми позбулися, та зло нікуди не зникло, оселившись у більш комфортному для українців середовищі – у псевдопатріотах в дорогих вишиванках та "простих хлопцях" із фільму про народ і слуг.

Як мало, виявляється, було потрібно для того, щоби зло досягнуло своєї мети – всього лиш змінити личину.

...Нещодавно я відвідала Польщу, вперше за останніх два роки, на які припадали то локдаун, то карантин. Вразило геть усе: від у 2-3 рази нижчих цін на продукти, ліки, одяг-взуття і навіть сервіс у ресторані – до новонасаджених парків, дотримання великого простору між новобудовами і ще кращої, ніж раніше, інфраструктури. При цьому мінімальна зарплата

статус обвинувачених у справах НАБУ і САП. Ось тільки всі цифри могли би бути набагато більшими, якби антикорупційним органам не вставляли палку в колеса ті, хто мав би їх підтримувати.

Допоки увага українців останніми тижнями була сконцентрована на російській загрозі, Кабмін таємно рятував корупціонерів, на старті зносячи конкурс на директора НАБУ і підриваючи – на керівника спеціалізованої антикорупційної прокуратури. Для цього уряд незаконно викинув з комісії НАБУ Драго Коса, який не давав вищій владі сфальшувати конкурс на керівника САП.

Фактичний зрив конкурсу на директора НАБУ точно ставить хрест на грошах МВФ, і з великою вірогідністю – на держгарантіях США. Але тут навіть не про гроші. Йдеться про знищення державних інституцій як таких. Адже стає очевидно, що корупцію в Україні владоможці захищатимуть будь-якими способами, навіть якщо для цього доводиться порушувати закони.

Судіть самі: лише за останні 10 днів НАБУ викрило на одержанні майже 1,3 млн. грн. хабара

депутата Київради від “Слуги народу” Владислава Трубіцина. Апеляційна палата Вищого антикорупційного суду засудила до 2 років позбавлення волі суддю-хабарника з Волині та посилила вирок для колишнього “есбеушника” – йому призначили 5,5 року з конфіскацією майна. До речі, лише за останній місяць посадили чотирьох суддів-корупціонерів. 5,5 року позбавлення волі та конфіскацію частини майна отримав колишній директор Гутятинського лісгоспу Віктор Сиса, який намагався дати детективу НАБУ \$100 тисяч (!) хабара.

Також останніми днями НАБУ і САП скерували до суду справи за обвинуваченням народного депутата Дубневича у заволодінні 93,28 млн. грн., а ще – обвинувальний акт щодо голови одного з судів Вінницької області, викритого на хабарі.

У цей же час президент Зеленський довічно призначив на посади 27 суддів, які не

*і не потрібні країні*



Як розповіли нашим журналістам тернопільські будівельники, на цю площу сміливо можна “посадити” дев’ятиповерховий будинок. До слова, приблизно таку саму площу земельної ділянки мають будинки ОСББ, в яких є близько 100 квартир.

– Красти тернопільську землю гаражами – це вчорашній день. Маємо нову схему: “виділення землі під ОСББ”. На сесію виноситься “невинне” питання – оформлення землі під ОСББ старенького будинку в центрі міста (за піцерією “Каштан”). Але будинок – шестиквартирний, а виділена площа ділянки – 3190 кв. м. Від 20 соток землі на користь ОСББ відмовляється комунальне підприємство міськради “Тернопільбудінвестзамовник”, – написав у соцмережі депутат міської ради Олег Різник.

За це рішення проголосували 36 депутатів, троє – утримались і ніхто не був проти. Що цікаво, голосування відбувалося в пакеті з іншими питаннями. Це нове ноу-хау влади Тернополя, щоби пришвидшити проведення сесійного засідання.

Роман Бібік

шанс

потрібно  
щесно  
цифрові



Ситуація мала місце 29 жовтня під час пленарного засідання Тернопільської районної ради. Як повідомила депутатка райради з Бережан **Марта Сеньків-Ковбасюк**, дане питання тричі ставилося на голосування. Чому тричі? Усе банально просто, перші два рази воно не набрало достатньої кількості голосів. У першій спробі за нього проголосувало 25 депутатів, 13 – утримались, 16 – не голосували, у другій – 27 “за”, 12 – утримались і 15 – не голосували. Але голова районної ради, “свободівець” Віктор Козорог, був дуже наполегливий, і третя спроба (а фактично шоста, бо ще тричі треба було голосувати за повернення до порядку денного) виявилась результативною. Як стверджують присутні депутати, за це скандальне рішення проголосували 28 осіб, тобто мінімум від необхідного. Однак на сайті Тернопільської районної ради оприлюднено офіційні результати голосування, де з’явилося 29 “за”, 11 – утримались, 14 – не голосували і жоден із народних обранців не був проти.

Список депутатів, які погодилися на продаж на аукціоні спецдозволу на користування надрами родовища біля Лисоні, розміщено на сайті в ПДФ-форматі. Але чомусь він затушований. Очевидно, не випадково, адже керівництво райради

вальної нараді ніхто й нічого не знав і не міг донести своїм фракціям, – дивується депутатка **Світлана Гуменна**.

Зауважимо, що перед сесією заступник голови Бережанської міської ради **Володимир Урдейчук** був присутній на профільній депутатській комісії та розповів про ситуацію, яка вже мала місце по цьому родовищу. Зокрема, він повідомив, що ще в 2019 році дане питання піднімалося, у Потуторах було проведено громадські слухання, і жителі висловилися проти даної ініціативи із розробки корисних копалин. Представник Бережанщини запропонував розробляти інші родовища, які є на території Бережанської міської громади, бо в даному випадку однозначно буде супротив місцевого населення. Не допоміг навіть лист Бережанської міської ради з проханням утриматися від розгляду даного питання. Те, що не вдалося у колишньому Бережанському районі, пробують реалізувати через теперішній Тернопільський район.

– Чи готові рити могили задля вигоди? Це питання риторичне! Але небайдужі українці, які цінують історичну пам’ять, зроблять усе, аби державної цінності не знищили або не привели до знищення! – заявила Світлана Гуменна.

**Усі лопати в руки!**



листопада до цього часу депутати не тимуть це питання.

## **“Із депутатів ще ніхто не бачив офіційних документів щодо надання дозволу на викуп”**

Коли на сайті Монастириської міської ради з'явився проєкт про затвердження переліку об'єктів комунальної власності Монастириської МТГ, які підлягають приватизації у 2021 році, і в ньому з'явилися гідропоруди, люди зацікавились.

— Наша громада не велика. Потрібно думати про її розвиток. Але на сайті Монастириської міської ради постійно читаю інформацію, що тут усе продається. Яка мета? Що за ці кошти фінансується? Зі слів людей, пан Мацькевич орендує Завадівський та Марківський ставки вже декілька років. Використовує їх для вирощування та продажу риби. Це добре, що є такі люди, які займаються підприємницькою діяльністю, але хтось має розвивати громаду! Говорячи про продаж, то у законодавстві є, що ставок продавати не можна. Замість нього вирішили продати гідровузлу? Але

якщо це об'єкт комунальної власності, то він належить громаді, а не державі. Підписався на це громадська активістка Монастирищини Світлана Безділь.

Журналісти “Номер один” спілкувалися з депутатом Монастириської міської ради Вірою Гнатишин щодо можливого продажу даних гідропоруд, але вона не володіє повною інформацією щодо даного питання. З її слів, ніхто не знає, який порядок надання рішення, хто є укладачем, яка підстава викупу.

— На даному етапі я нічого не можу сказати, тому що не знаю підгрунтя даної проблеми. Коли буде відповідна комісія, то на ній ми розглянемо всі документи: хто надавав цей проєкт, яка підстава для викупу водних ресурсів, чи є якісь попередні рішення щодо цього. Не переглянувши офіційних документів, важко щось стверджувати. Якщо кошти, які надіслав пан Мацькевич, перейшли на рахунок Завадівської сільської ради, то вона повинна була ухвалити рішення про надання дозволу щодо продажу гідровузла. Стверджують, що ті кошти поступили. Але якщо вони й поступили, то для чого їх затверджувати заднім числом? Щодо самого проєкту рішення деякі нюанси потрібно з'ясувати. З депутатів ще ніхто не бачив офіційних документів з надання дозволу на викуп, — повідомила адвокат і депутат Монастириської міської громади Віра Гнатишин.

Гідропору́да — це складна конструкція, яка допомагає здійснювати певні водогосподарські заходи як щодо використання водних ресурсів, так і для захисту від шкідливої дії во-

додатку призначити до адміністративної відповідальності”, — розповідається на сторінці Головного управління Держгеокадастру в Івано-Франківській області.

## **“Гідропоруди належать до водних ресурсів, які за законом продавати не можна, лише здавати в оренду”**

— Я не компетентна у тому питанні, що Завадівську і Марківську гідропоруди мають продати. З того рішення, яке оприлюднено, зрозуміла, що це просто приватизація із правом викупу. Але там не вказано, що 9 листопада Мацькевич їх має купувати, — розповіла староста округу Завадівка — Маркова — Коржова Марія Балацька.

— З проєкту я зрозуміла, що ці гідропоруди хочуть приватизувати. За ті кошти, які Мацькевич надіслав у жовтні минулого року, хочуть прийняти сплату за їхню приватизацію. Але гідропоруди належать до водних ресурсів, які за законом продавати не можна, лише здавати в оренду. Цим питанням повинні зацікавитись правоохоронні органи. Приблизна вартість орендної плати за гідропоруди становить близько 60 тис. грн. на рік, тоді для чого їх продавати за 81 200 грн. і потім не отримувати жодних надходжень? Я не розумію логіки укладачів, — сказала активістка Монастирищини Ольга Венгрінович.

Журналістам “Номер один” один із міс-



ак не хочу жи-  
ати. Також ін-  
торинно. Тобто  
альність, я хо-  
луху. Загалом  
на маленькі  
ершу причину,  
впливає, що  
о, то й можна  
**Оксана Жук.**  
аза не нова  
ще у старо-  
ються на два  
які в це "не  
аному етапі)  
ову позицію.  
всі) хвороб  
иділилась в  
хосоматика,

це вимовлені думки.  
А кожна думка, хочемо ми чи не хочемо, викли-  
кає емоцію (яку ми часто в плині життя не по-  
мічаємо). А кожна емоція обов'язково відобра-  
жається в нашому тілі (цього ми зазвичай теж  
не усвідомлюємо). І що виходить? Часте повто-  
рення певних мовленнєвих зворотів призво-  
дить до повторюваних емоцій, які викликають  
ті ж реакції тіла (скорочення м'язів, десь запе-  
кло, десь затремтіло). І таким чином ми самі  
своїми промовленими або непромовленими  
думками спричинюємо зміни в організмі. І ви-  
никає дисфункція, яку медики називають хво-  
робою. Тому думка психологів тут однозначна:  
позитивне й адекватне мислення – запорука  
соматичного і психічного здоров'я. - підсумува-  
ла доктор психологічних наук, професор кафе-  
дри психології Тернопільського національного  
педагогічного університету імені В. Гнатюка  
**Марина Опап**

розум  
мисл



## ХОЧУТЬ ПОСТАВИТИ НА КОЛІНА

Із державного бюджету в Тернопільську область "зайшла" додаткова дотація на покриття видатків на енергоносії у лікарнях, амбулаторіях та інших закладах охорони здоров'я і сфери освіти. Обласна рада технічно мала б її розподілити між громадами. Так було у всі попередні роки, але не цього річ.

Комісія обласної ради з питань бюджету на своєму останньому засіданні ухвалила рішення не розподіляти дотацію між громадами, а всі кошти акумулювати в обласному бюджеті, бо треба, серед іншого, підтримати районні ради, хоча ті на сьогодні є рудиментом і фактично зайвою ланкою в місцевому самоврядуванні.

Члени бюджетної комісії кажуть, що президент України Володимир Зеленський дав громадам і так зайві кошти, а саме 64, а не 60% податку з доходів фізичних осіб (ПДФО). Відповідно можна й не давати дотації як на покриття видатків на енергоносії, так і на пасажирські перевезення. Хоча, як відзначають громади, навіть якщо врахувати цих додаткових чотири відсотки ПДФО, то це не йде в жодне порівняння з останніми дотаціями. Адже для малих

*потрібно писати цифри*  
громад недоотримана сума складає в середньому півтора мільйона, для великих – 7-8 мільйонів гривень. Зважаючи на те, що в області є 55 громад, йдеться про суму приблизно 300 млн. грн.

*не ставилося питання*  
На сесії обласної ради дане питання мають розглянути і затвердити. Очікується, що рішення буде ухвалено не на користь громад, адже провладні фракції про це вже домовилися. Якщо таки це відбудеться, то дана ситуація серйозно вдарить по місцевому самоврядуванню, бо для багатьох громад це серйозні суми. І щоби якимось чином отримати хоча б частину дотаційних коштів, головам громад, хочуть вони того чи ні, доведеться перед обласним керівництвом падати на коліна...

Роман Бібік

## У Бережанах хочуть



За останню добу було задіяно 174 дорожні робітники. Працювали 169 механізмів, зокрема: 87 машин КДМ, 17 автогрейдерів, 35 навантажувачів, 30 одиниць іншої техніки.

У Службі автомобільних доріг у Тернопільській області цілодобово працює диспетчер. Водії, які потрапили у пригоду на державних дорогах, можуть звернутися за допомогою за телефонами: +380673544383, +380352524150.

Зимове експлуатаційне утримання доріг на Тернопільщині підставі здійснюють 6 підрядних організацій, у тому числі

