

ЕКОНОМІЧНА журналістика



Інститут Масової Інформації



Інститут масової інформації

***Економічна журналістика:
новації західної преси***

**Видання друге, оновлене,
фінансується міністерствами закордонних справ
Республіки Франція та Королівства Нідерланди**

Київ 2005

Посібник «Економічна журналістика: новації західної преси» розроблений за матеріалами спільного семінару Інституту масової інформації (Україна) та Центра Підготовки й вдосконалення журналістів (Франція), містить також на-працювання фахівців організації «Прес-Нау» (Нідерланди), британських та американських колег.

Посібник містить теоретичні матеріали і практичні вправи, які допоможуть перевірити та закріпити здобуті знання. Розрахований на студентів факультетів журналістики, викладачів та на штатних працівників ЗМІ.

Переклад та адаптація: Алла Лазарева
Упорядкування: Алла Лазарева, Ігор Чайка
Редактор видання: Сергій Таран
Літературний редактор: Людмила Коломієць
Комп'ютерна верстка та макетування: Денис Тоїчкін
Менеджер видання: Наталка Нілова
Обкладинка, художнє оформлення: Дмитро Скаженик

Це видання здійснено за фінансової підтримки Програми соціальних реформувань для Центральної та Східної Європи (програма МАТРА) Міністерства закордонних справ Королівства Нідерланди.

Висловлені погляди належать автором та не обов'язково співпадають з точкою зору програми МАТРА МЗС Королівства Нідерланди.

Авторські права застережено. Передрук, множення та розповсюдження без згоди авторського колективу Інституту масової інформації карається законом!

УДК 070:33
ББК 76.01+65
Е 45
ISBN 966-8684-12-5

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ПРЕСА Й ЕКОНОМІКА У ФРАНЦІЇ:	
ТОЧКИ ЗІТКНЕННЯ	5
Частина 1. Економіка на сторінках французької преси	5
<i>Тема 1. Головні проблеми економіки, що найрентельніше відстежуються європейською пресою (на прикладі французьких видань)</i>	5
<i>Тема 2. Економічна тема у загальнополітичних виданнях</i>	10
<i>Додаток I. Основні пресові групи у Франції</i>	12
<i>Тема 3. Спеціалізовані економічні видання</i>	13
<i>Додаток II. Спеціалізована економічна преса у Франції</i>	14
Частина 2. Виробництво й продаж газетної продукції	16
<i>Тема 4. Преса як творчість і як комерційний продукт</i>	16
<i>Тема 5. Економічна залежність преси від реклами</i>	18
<i>Тема 6. Боротьба західної преси за читача</i>	19
РОЗДІЛ 2. НОРМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ТЕХНІКИ	20
Частина 1. Загальні принципи подання тексту	20
<i>Тема 7. Місце та роль основного повідомлення</i>	20
<i>Тема 8. Правило наближення інтересів</i>	22
<i>Тема 9. Ключ подання економічного тексту</i>	25
<i>Тема 10. Припустимий вміст термінології</i>	26
Частина 2. Найбільш вживані жанри подання економічної інформації	27
<i>Тема 11. Повідомлення для агентства</i>	27
<i>Тема 12. Економічний факт у газеті</i>	31
<i>Тема 13. Розширена економічна інформація</i>	32
<i>Тема 14. Звіт на економічну тему</i>	34
<i>Тема 15. Економічний репортаж</i>	34
<i>Тема 16. Інтерв'ю на економічну тему</i>	36
<i>Тема 17. Економічний коментар</i>	38
<i>Тема 18. Аналітична стаття</i>	39
<i>Тема 19. Журналістське розслідування</i>	40
Частина 3. Оформлення економічного тексту	43
<i>Тема 20. Типи можливих заголовків</i>	43
<i>Тема 21. Підзаголовки</i>	44
<i>Тема 22. Вріз</i>	45
<i>Тема 23. Зачин</i>	46
<i>Тема 24. Закінчення</i>	47
<i>Тема 25. Вставки й винос</i>	48
РОЗДІЛ 3. ПЕДАГОГІЧНА МЕТОДИКА, ПРОПОНОВАНА ДО ОРГАНІЗАЦІЇ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ	50
РОЗДІЛ 4. КОМПЛЕКТ ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ТРЕНІНГІВ	59
СЛОВНИК НАЙУЖИВАНІШИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ ..	109

ВСТУП

Підручник «Економічна журналістика: новачії західної преси» призначений для тих, хто прагне навчитись доступно писати про економіку – галузь, яка для багатьох лишається незрозумілою через численні цифри та складні терміни, що використовують експерти.

Відомо, що далеко не кожен експерт може пояснити предмет своїх досліджень доступною мовою. Як і не кожен, хто вміє гарно писати, є гарним спеціалістом. Цей підручник є однаково корисним і для журналістів, і для професійних економістів, які щоденно працюють з медійними структурами.

Підручник містить теоретичні матеріали, що допоможуть зрозуміти структуру та організацію журналістського тексту і практичні вправи, які допоможуть перевірити та закріпити здобуті знання. У книжці зібрані також роз'яснення найбільш вживаних термінів, якими послуговуються професійні економісти. Матеріали підручника доповнені текстами з найбільш популярних українських та закордонних засобів масової інформації, що висвітлюють економічну тематику.

Підручник було розроблено на основі напрацювань семінарів Інституту масової інформації – української організації, яка сприяє наближенню вітчизняної журналістики до стандартів журналістики розвинених демократій, та низки навчальних інституцій Європейського Союзу, які займаються підвищенням професійного рівня журналістів. Зокрема, посібник враховує методіку Паризького центру удосконалення журналістів, фахівців нідерландської організації Прес-Нау, напрацювання британських та американських колег. Підручник розраховано як на студентів останніх курсів журналістики, так і на штатних працівників ЗМІ.

ПЕРШИЙ РОЗДІЛ
ПРЕСА Й ЕКОНОМІКА У ФРАНЦІЇ:
ТОЧКИ ЗІТКНЕННЯ

Перша частина.

Економіка на сторінках французької преси

Тема 1. Головні проблеми економіки, що найретельніше відстежуються європейською пресою (па прикладі французьких видань)

Довідкові спеціалізовані видання Центру підготовки й вдосконалення журналістів (Париж) визначають такі ключові проблеми, що найбільше цікавлять світову пресу:

- глобалізація міжнародної економіки – взаємопроникнення національних економічних інтересів різних країн, збільшення опосередкованої економічної взаємозалежності сучасних держав;
- монетарна політика країн «Великої сімки» та великих геополітичних регіонів;
- динаміка світової комерції (на регіональному та міждержавному рівнях);
- великі ринки сировини;
- розвиток міжнародного ринку енергії;
- інвестиції та заощадження;
- макроекономіка на національних рівнях: бюджетна й податкова політика держав світу;
- мікроекономіка: оригінальний досвід конкретних підприємств і концернів, виробничих груп;
- процеси приватизації й націоналізації в різних країнах світу;
- захист інтересів споживачів;
- конфлікт екології та виробництва.

Глобалізація (розширення до світових меж) сучасних економічних процесів, вочевидь, є найчастішим об'єктом усвідомлення й аналізу французької преси. Найбільші щоденні загальнополітичні видання (зокрема, «Фігаро», «Ле Монд», «Ліберасьйон») виступають з відповідними статтями, інтерв'ю, коментарями щонайменше двічі на тиждень. Спеціалізована щоденна преса («Лез Еко» і «Ля Трібюн») практикують постійну рубрику: «Глобалізація економіки».

Надзвичайно популярні у Франції загальнополітичні щотижневики («ЛЬ Експрес», «Ле Пуен», «ЛЬ'Евенман дюжеді» та «Ле Нувель Обсер-

ватор») – постійні добірки на відповідну тему обсягом у 5-10 сторінок, а інколи присвячують глобалізації окремі тематичні номери.

Підвищений інтерес до цієї теми пояснюється кількома чинниками.

Світова економіка переживає наразі процес глобальних і надшвидких перетворень, який розпочався після Другої світової війни й визначився розпадом великих колоній. Почали зникати різко окреслені зони впливу тих чи інших великих держав, що спричинило спалах конкуренції за їх перерозподіл. Падіння Берлінської стіни відкрило принципово нові геополітичні та економічні можливості для фінансово потужних держав.

Невпинне запровадження нових технологій західними країнами, поява нових товарів та послуг супроводжуються нововведеннями у діяльності економічних, політичних і соціальних структур, про що газети зацікавлені регулярно повідомляти читача.

Високе безробіття на тлі швидкого розширення світового ринку викликає інтерес (особливо у кваліфікованих фахівців) до повідомлень про розвиток окремих галузей у тих чи інших регіонах світу.

Високорозвинені країни, як, наприклад, Франція, котрі давно стали невід'ємною складовою світової економіки, регулярно відчувають зовнішній тиск й істотний вплив різноманітних світових процесів на свою національну економіку. Зокрема, 22.5% сукупного світового продукту є результатом міждержавного виробництва та обміну.

Упродовж останніх двох століть значно скоротився період часу, необхідний для відчутних економічних змін в окремих країнах та регіонах, що робить загальну економічну ситуацію надзвичайно мобільною. Великобританії, щоб подвоїти середній прибуток своїх громадян, знадобилося, починаючи з 1780 року, 58 років. Сполучені Штати на вирішення такого ж завдання витратили, починаючи з 1839 року, 49 років. Китай вдвічі збільшив купівельну спроможність своїх громадян за 10 років – з 1977 по 1987. Цей перелік нескладно продовжити. Зміни, хоча б лише за цим параметром, постійно змінюють рамкові умови економічної діяльності країн. Їхні імпорتنі та експортні можливості, систему внутрішнього споживання тощо.

Україна, яка поволі інтегрується в світову економічну систему, має також приділяти серйозну увагу темі глобалізації економіки. Зацікавлені видання можуть напочатку запозичити досвід західних колег, допоки не викристалізується власний оригінальний досвід. Завдання українських колег ускладнюється тим, що Україна мала надто короткий час державної незалежності, щоб досконало вивчити свої перспективи на світовому ринку й визначити відповідну концепцію державного розвитку. Тим корисніше були б журналістські розвідки на такі теми.

Монетарна політика окремих країн та великих геополітичних регіонів, є, безперечно, другою за популярністю економічною темою французьких видань. Це пояснюється:

- сильним взаємним зв'язком економік країн світу;
- запровадженням, починаючи з 1998 року, спільноєвропейської валюти.

Більшість видань приділяло колосальну увагу прогнозам стосовно євро, різноманітним соціологічним опитуванням, інтерв'ю з видатними економістами.

Запровадження євро було надзвичайно цікавим питанням для читача, оскільки безпосередньо зачіпало інтереси широкого кола людей, змінювало їхнє майбутнє. Майбутня монетарна реформа викликала лихоманку в системі обмінних курсів валют ЄС. Спеціалізовані економічні газети регулярно відстежували динаміку курсів «долар-дойчмарка-йена».

Поза тим, західна преса регулярно аналізує монетарні кризи, що виникають у стратегічно важливих регіонах. Наприклад, починаючи з серпня 1997 року практично щодня друкуються коментарі про сплеск інфляції в Таїланді – країні, яка незадовго до цього зазнала дивовижних економічних успіхів. Нова ситуація потребувала аналізу, оскільки вплинула на торговельні відносини західних країн з усім регіоном Азійського Дракона. Аналіз монетарної ситуації в країнах Східної й Центральної Європи з'являється більше в спеціалізованій, ніж у загальнополітичній пресі – цей регіон ще не посів пріоритетне місце у зовнішньоекономічній діяльності ЄС. Проте, оскільки Україна життєво зацікавлена у розвитку зв'язків з ЄС, аудиторії української спеціалізованої економічної преси було б однозначно корисно мати регулярну й грамотно проаналізовану інформацію про те, що відбувається на внутрішніх валютних ринках західних країн. Адже, як заявив віце-президент Парламентської Асамблеї ОБСЄ, народний депутат України Ігор Остап, відносини з Євросоюзом «можна характеризувати як народження нових стосунків з ЄС і початок довгого, але перспективного шляху до європейської інтеграції». На його думку, «найголовнішим» є підписання в Брюсселі Плану дій Україна-ЄС, оскільки він передбачає серйозну співпрацю в адаптації українського законодавства до європейського, вирішення питання надання Україні статусу країни з ринковою економікою, що дасть можливість виходу на європейський ринок.

Динаміка світової комерції – мабуть, єдина тема, яка в українській пресі так само популярна, як і в західній. Україна зосереджена на пошуках нових ринків збуту. Заходу не вдається подолати кризу перевиробництва, що виникла в 70-х роках. Джерелом почасти критичних, але завжди

аналітичних виступів є Міжнародна організація торгівлі, яка замінила в квітні 1994 року Генеральну угоду по тарифах і торгівлі (ГАТТ). Франція має сумніви, що нова структура є справді рушієм міжнародної комерції, а не «приводом поспілкуватися».

Фактично, всі великі французькі газети мають регулярні рубрики на кшталт «Міжнародна торгівля», де досить ретельно (але обов'язково за наявності чіткого інформаційного приводу) аналізуються економічні відносини Франції з іншими країнами.

Великі ринки сировини – аналізуються або під політичним кутом зору (наприклад, масові публікації на тему російського «Газпрому», чи то окремі, присвячені українським Єдиним Енергетичним Системам), або під суто «споживацьким», розрахованим на широку непідготовлену аудиторію. Нині є дуже модним вміщувати тематичні шпальти в загальнополітичних газетах, які знайомлять читача, наприклад, зі станом світового ринку какао (щоденна католицька газета «Ля Круа»), або з новинами бананового ринку. Це викладається в максимально доступній формі, з цікавими статистичними виносками, цінами у різних країнах, а якщо йдеться про продукти споживання, то навіть рецептами.

Розвиток міжнародного ринку енергії – надзвичайно важлива для світової преси тема, оскільки виробників енергії незрівнянно менше, ніж її споживачів.

Всі французькі видання ретельно відстежують і аналізують все, що пов'язано з ринком нафти: нові угоди про ціни між нафтовиробниками, політичні проблеми в країнах зі значними ресурсами «чорного золота»... Це читається так само масово, як у нас, оскільки зачіпає безпосередні інтереси людей: наприклад, змінює ціни на бензин, а, отже, опосередковано – на чималу кількість продукції.

Не меншу увагу Франція приділяє темі атомної енергетики, яка є дуже розвиненою в цій країні (80% енергії, що споживають французи, виробляється на АЕС).

Інвестиції та заощадження – тема регулярних тематичних сторінок у спеціалізованій пресі, де детально аналізуються, передовсім, капіталовкладення в місцеву економіку та участь французьких капіталів у виробництві за кордоном. Водночас уважно відстежується інвестиційна політика практично усіх економічно потужних країн світу. Загальнополітична преса дозволяє собі виступи на ці теми виключно за наявності неординарної події (відкриття або закриття філіалу великої французької фірми за кордоном, криза в роботі міжнародних підприємств...).

Заощадження, навпаки, – тема частих виступів загальнополітичної

преси (оскільки Французька республіка має чималий середній клас з місячним прибутком між 2-ма й 5-ма тисячами доларів).

Макроекономіка – більшість публікацій на макроекономічні теми присвячено внутрішній ситуації в країні. Це переважно коментарі та прогнози щодо тих чи інших рішень уряду. Це також аналітичні виступи-роз'яснення стосовно ситуації з валовим внутрішнім продуктом, зі збільшенням валової національної продукції. Восени, коли парламент Франції обговорює й ухвалює бюджет на наступний рік, бюджетна тема стає однозначно пріоритетною в усіх без винятку серйозних виданнях.

Поза тим, французька преса приділяє все більше уваги макроекономічним процесам на європейському та світовому рівнях. Стосовно Європи, аналізуються наслідки рішень сусідніх країн для французької економіки; аналогічно досліджуються причини успіхів інших країн та ймовірна можливість застосування чужого позитивного досвіду. За такою ж схемою вивчається економічна ситуація нинішніх і потенційних партнерів у світі загалом.

Мікроекономіка – тема, що стає популярною останніми роками – нині французька преса намагається писати «не від події, а від людини». Це означає – висвітлювати ситуацію на фірмі чи системі виробництва крізь призму людини, яка там працює: її платні, перспектив, мрій... Мікроекономічна тема часто окреслюється у формі репортажів з того чи іншого підприємства, яке або працює з великим успіхом, або – з суттєвими збитками для держави (Франція також має державні збиткові нерентабельні підприємства, але дуже мало й у стратегічно важливих для країни галузях). Спеціальна комісія з професійної етики відстежує, щоб позитивний економічний репортаж не виявився прихованою рекламою.

Процеси приватизації й націоналізації в різних країнах світу – тема, що частково пов'язана з інвестиційними, а почасти – з суто політичними питаннями. Різні політичні сили по-різному визначаються, наприклад, щодо питань приватизації та націоналізації (ліві здебільшого гальмують приватизацію, праві ж – її заохочують і домагаються). З приходом до влади соціалістичного уряду влітку 1997 приватизація національної компанії «Ер Франс» та служби зв'язку «Франс Телеком» стали приводом гострих суспільних дебатів. 1996 року «Ля Трібюн» подала низку публікацій стосовно приватизації у Східній Європі.

Захист інтересів споживачів – у країні існує кілька спеціалізованих видань, які цілком присвячені захисту споживачів. Поза тим, критичні статті з приводу якості того чи іншого товару виникають регулярно на сторінках загальнополітичних та економічних ЗМІ. До того ж, будь-яка

економічна інформація, в принципі, містить елементи саме «споживачького» спрямування: ціни на ту чи іншу продукцію, міркування про те, на кого вона зорієнтована, що вона змінює в житті звичайної людини, — все це збільшує коло потенційних читачів. Тематична палітра цього напрямку найширша: від коротких інформацій до тематичних добірок, коментарів, аналітичних виступів, репортажів, навіть розслідувань.

Конфлікт екології й виробництва — дуже гостра саме для Франції тема, оскільки конфлікти ці відбуваються регулярно (протести громадськості проти відкриття нових заводів, будівництва нових приміщень аеропорту Руассі, боротьба екологів проти ненадійних, на їхню думку, атомних станцій). Ситуація, до речі, цілком співставна з українською, де недовіра не тільки зелених, але й населення до систем безпеки виробничих структур навіть на порядок вища. Типовий жанр подання цієї теми — аналітична кореспонденція з місця події, де обов'язково подано позиції обох учасників конфлікту.

Тема 2. Економічна тема у загальнополітичних виданнях

До 1991 року — великої кризи французької преси — загальнополітичні видання майже не виокремлювали економічну тему в системі організації роботи редакції. Спеціалісти з економіки працювали «під крилом» політичного відділу.

Початок останнього десятиріччя ХХ століття ознаменувався справжньою революцією відносин преси Франції з її читачем (цікаво, що ця проблемна ситуація суто хронологічно збігалася з великою кризою старої української преси, що мала принципово інші причини).

Отже, криза, що сталася у французькій пресі, виникла через масове відчуження й недовіру з боку читачької аудиторії передовсім до політичної інформації. Фактичною причиною, а радше поштовхом, були певні не дуже чесні репортажі з війни в Перській затоці, а також — всесвітньо відомий телеобман у Тімішоарі (Румунія), коли поховання людей, які померли в лікарні, були показані як «таємне кладовище» жертв нового режиму. До того ж, телебачення почало всіляко демонструвати можливості високопрофесійного монтажу, коли людину можна «відзняти» в тому місці, де вона ніколи не була. Надто високі технічні можливості ЗМІ тільки підсилили загальну недовіру публіки.

Кризю спричинили й інші суспільні та політичні явища. За 40 років (з 1950 до 1990 років) населення Франції збільшилося лише на чверть. Але за той самий час кількість громадян, які здобули вищу освіту, підвищилася до 40%. Число власників телеприймачів зросло від 0,25 до 950 на

тисячу осіб – телебачення стало лідером серед розповсюдників інформації. Ці два чинники структурно змінили читацьку аудиторію щоденної преси в країні, яка залишається таки чималою: 40% від загального обігу капіталу в ЗМІ в цілому.

Якісно змінився й читач. Так званий невибагливий, малоосвічений більше не має ані часу, ані бажання занурюватись у написаний текст. Його інформаційні потреби на 90% задовольняє телебачення, а на 10% – так звана, легка, доступна преса. Водночас читач високоосвічений і не бідний більше не потребує універсальної та поверхово викладеної інформації «під будь-який смак», яку традиційно подавали старі щоденні видання (такі, як «Франс-суар», «Ле Паризьєн лібере», «Парі-жур», популярні в 60-ті роки і майже непомітні нині).

Отож, понизились тиражі, переорієнтувалася і стала критичнішою публіка, чимало популярних колись видань опинилися під реальною загрозою повної втрати рентабельності – тобто смерті. Позиції втримала хіба що інтелектуальна загальнополітична щоденна преса: «Ле Фігаро» (наклад 400 000), «Ліберасьйон» (наклад 260 000 примірників) та «Ле Монд» (наклад 200 000 екземплярів). Нині ситуація трохи вирівнялась, і загальні тиражі так званої якісної преси, орієнтованої на освічену аудиторію, зросли з 35 000 екземплярів на день у 1960 році до 1 115 000 у 1996-му.

На щастя для французьких газет, вони, на відміну від українських, практично ніколи не існують самі по собі, а належать до пресових груп. Групи ці – складні фінансово-виробничі системи – як правило, допомагають своїм виданням втриматися на поверхні, перерозподіляючи внутрішній сумарний прибуток. Проте початок 90-х років затягнув у кризу й цілі потужні до цього часу групи, що почали зазнавати суттєвих фінансових збитків (див додаток 1).

До того ж, жодна пресова група не згодиться, як це подекуди трапляється у нас, довго утримувати безнадійно збиткове й непопулярне видання. Отже, газети були змушені шукати принципово нові підходи до читача.

Отак і настала «золота доба» економічної теми в пресі. ЗМІ треба було якнайшвидше деполітизувати, тож загальнополітичні щоденні видання започаткували в себе окремі економічні відділи, присвячуючи економічній тематиці від 2 до 7 сторінок на день. У відділах, як правило, працюють 2-3 хронікери, 2 репортери та спеціалісти-аналітики, що мають фінансову комерційну, енергетичну підспеціалізацію.

Спеціалізована ж економічна преса зазнала в першій половині 90-х років справжнього злету популярності.

Додаток І. Основні пресові групи у Франції

1 франк на час розрахунків дорівнював 0,31 укр. гривні

№	Назва груп	Річний обіг капіталу в млн. франків		Зміна 1993/ 1992	Чистий прибуток в млн. франків	
		1993	1992	в %	1993	1992
1.	Ашет Філіпакі Прес / Hachette Filipacchi Presse	8 956	9 537	6,09	285,5	618,4
2.	Сокпрес (Експрес Експансьон) (Ерсан) / Socpresse (Express Expansion) (Hersant)	2 800	3 602	8,5	невідомо	523,9
3.	Прізма Прес / Prisma Presse	2 462	3 382	6,8	331	226
4.	Група Аморі / Groupe Amaury	2 110	2 006	5,16	119,4	187,5
5.	Байяр Прес / Bayard Presse	2 014	1 954	3,06	11,48	7,89
6.	СЕП Коммюнікасьон / CEP Communication	1 961	2 389	17,9	79	154
7.	Комарет / Comareg	1 783	1 760	3	45,8	53
8.	Філіпакі Медіа / Filipacchi Médias	1 548	1 652	6,2	102,97	91,75
9.	Публікасьон де ля Ві Католик / Les Publications de La Vie catholique	1 474	1 411	4,5	22,5	14,64
10.	Едісьон мондьяль / Edition mondiale	1 400	невідомо		20,5	невідомо
11.	Уест Франс / Ouest France	1 334	1 333	3,08	4,78	12,28
12.	Група Сюд-Ест / Groupe Sud-Est	1 257	1 278	1,88	8	19,4
13.	Ле Мوند / Le Monde	1 096	1 106	0,89	53,51	2,49
14.	Спір Коммюнікейшн / Spir Communication	937,5	885,5	5,98	135,8	105,4
15.	Група Експрес / Groupe Express	870	1 000	13	невідомо	невідомо
16.	Ніс Матен / Nice Matin	680	643,5	3,65	16,84	7,2
17.	Група Експансьон / Groupe Expansion	665,4	824,7	9,3	невідомо	невідомо
18.	Л'Ест Републікен / L'Est Républicain	623,5	642,3	2,92	0,32	9,74
19.	Ла Нувель Републік де Сентр-Уест / La Nouvelle République du Centre-Ouest	619,6	606,1	2,22	13,48	5,89
20.	Група Лез Ехо / Groupe Les Echos	569	532	7	124	95
21.	Ексельсьор Публікасьон / Excelsior Publications	544,97	524,85	3,8	4,5	21,5
22.	Група Марі Клер / Groupe Marie Claire	526,8	546,4	3,58	41,95	48,7
23.	Ле Републікен Лорен / Le Républicain Lorrain	525	531	1,11	невідомо	невідомо
24.	Едісьон Бауер / Editions Bauer	460			невідомо	невідомо
25.	Ле Нувель Обсерватор / Le Nouvel Observateur	455	481	5,5	0,98	5,07
26.	Ле Провансаль / Le Provençale	439	447	1,84	3,17	2,49
27.	Ліберасьон / Libération	428,6	406	5,52	4,41	1,04
28.	Едісьон Технік / Editions Techniques	424,7	388,9	9,21	12,7	14,5
29.	Груп Мішель Омель / Groupe Michel Hommel	420,26	398,5	5,45	8,9	5,3
30.	Груп Лъезон / Groupe Liaison	400	404	1	невідомо	невідомо
31.	Л'Альзас / L'Alsace	393,5	413	4,7	16,9	15,1
32.	ВСД / VSD	371,8	371,3	0,15	0,66	1,08
33.	Л'Евенман дю Жеді / L'Événement du Jeudi	316,5	327,5	3,37	25	6
34.	Публікасьон Конде Наст / Publications CONDE NAST	273	312	12,6	8,98	17,23
35.	Мілан Прес / Milan Presse	219,4	196,5	10,62	0,33	1,04
36.	Л'Юманіте / L'Humanité	190,5	188,1	1,27	2,24	3,14
37.	Ла Трібун Дэфосе / La-Tribune-Defossé	184	183	невідомо	невідомо	невідомо
38.	Ле Канар Аншене / Le Canard enchaîné	184,2	164,7	11,8	27,74	21,33
39.	Л'Етюдьян / L'Étudiant	166	253	невідомо	6	13

Тема 3. Спеціалізовані економічні видання

Спеціалізована економічна преса зародилася у Франції напередодні Першої світової війни. Дослідник цього періоду Серж Герен засвідчує, що тодішні економічні видання «перебували в сильній залежності від афоризму й рівня корумпованості багатих людей суспільства». Потужні банки, фірми, консорціуми мали за моду утримувати власні кишенькові газетки, що цілком слугували інтересам засновника. Була поширена, за даними того ж Герена, практика «подяки» газетам і журналістам за відмову публікувати компрометуючу фірму інформацію.

Справді серйозна преса почала формуватися за підтримки валютних бірж після Другої світової війни. В Парижі зміцнилася позиція трьох потужних фінансових газет: «Лез Екю». «Ля ві франсез» та «Кот Дефосе».

Нині відсоток спеціалізованих економічних видань у французькій пресі відносно невисокий. Незважаючи на те, що лише 3 000 з 50 000 існуючих видань передбачені для широкої аудиторії, а решта має чітку тематичну орієнтацію, суто економічних газет видається менше 30.

У країні існують лише дві великі щоденні газети («Лез Еко» з накладом 120 000 примірників і «Ля Трібюн» з накладом у 100 000 примірників), тоді як чисельних за тиражем загальнополітичних газет – сім. Найпомітніші журнали – тижневик «Ле нувель економіст» (наклад 84 000 примірників). «Капіталь» (тиражем у 500 тисяч екземплярів) та «Експансьйон» (наклад 300 тисяч екземплярів), які виходять кожні два тижні.

Ця пресова продукція розрахована виключно на підготовленого читача, який здебільшого працює в економічній галузі і не в першу чергу цікавиться політикою, культурою, спортом. Відповідно, політичні, культурні, спортивні новини висвітлюються дуже скромно й обов'язково – з акцентом на економіці (наприклад, стаття про футбольний клуб «Парі Сен-Жермен» у «Експансьйон» містить опис фінансової ситуації клубу, зокрема, порівняння заробітків професіоналів футболу з їхніми колегами з інших країн, пропозиції змінити систему оподаткування гравців і клубів тощо).

Натомість, існує велике число дуже вузько спеціалізованих видань таких, як «Ле Ревеню франсе», що подає детальну інформацію, куди і в які країни вкладати гроші власникам індивідуальних рахунків, або тижневик «Інвєсіор», що містить такі поради підприємствам. Вузько орієнтована преса розрахована не стільки на інтелектуальний, скільки на практичний запит читача.

Додаток II.

Спеціалізована економічна преса у Франції

Назва	Ціна за число	Періодичність	Наклад
Лез Еко	6 франків	щодня	120000
Ля Трібюн	7 франків	щодня	100000
Інвестір	25 франків	щотижня	126000
Ле Нувель економіст	25 франків	щотижня	100000
Бізнес	20 франків	щотижня	31000
Ле Нувель агрікультур	20 франків	щотижня	11900
Ль'Експансьйон	20 франків	щодва тижні	190000
Капіталь	15 франків	щомісяця	50000
Ле Партікюльє	15 франків	щомісяця	520000
Ле Ревеню франсе	30 франків	щомісяця	17100

а) щоденні економічні газети

Основний зміст щоденної економічної преси — ділові новини. Актуальність події має тут особливе значення. Наприклад, вважається неприпустимим подати повідомлення з прес-конференції прем'єр-міністра через день, а не того самого дня, чи щонайбільше наступного. На перших п'яти шпальтах вміщуються здебільшого короткі інформативні жанри. Аналітичні виступи готуються заздалегідь і принципово друкуються після новин дня. Багато місця приділяється мікроекономічній тематиці: аналізу того, що відбувається на конкретних підприємствах.

«Лез Еко» (**Les Echos**) — газета, заснована 1908 року, водночас є пресою групою, що має таку саму назву. Нині належить до пресової групи «Персон» (**Pearson PLC**), що також видає газету «Файненшл Таймс». Висвітлює всі економічні й фінансові новини у Франції, але особливу увагу приділяє соціальній темі. Орієнтується на 17 500 високоосвічених співробітників фінансових служб та на управлінців економічним сектором. Видає 250 номерів на рік. Має найбільшу кількість рекламних надходжень у країні — 295 млн франків на рік (98 млн. гривень).

«Ля Трібюн» (**La Tribune**) — молода газета, заснована 1994 року, належить пресовій групі «Кот Дефоссе» (**Cote Defosses**) Висвітлює щоденне ділове життя у Франції та за її кордонами. Орієнтується на сучасних ділових людей та фінансистів. Видає 250 номерів на рік. Не має помітної клієнтури в колах рекламодавців.

Обидва видання зорганізовані в такий спосіб: формат А3, обсяг — порядку 40 сторінок, у штаті кожного працюють понад 50 журналістів. Відділи редакції зорганізовані не за класичною схемою загальнополітичної

преси (внутрішня політика, міжнародна політика, економіка, культура, спорт), а таким чином:

- відділ національної економіки (провідний);
- відділ міжнародної економіки;
- служба з висвітлення діяльності підприємств;
- служба з висвітлення діяльності банків та бірж;
- невеличкий відділ культури.

Політична тема не існує самостійно, а подається виключно під кутом економіки. Наприклад, якщо головною темою дня є схвалення бюджету, і, отже, всі загальнополітичні газети пишуть про це у світлі політичних дискусій, що супроводжують схвалення бюджету, то економічна преса торкається цих подій лише в контексті зміни статей витрат і надходжень, системи оподаткування тощо.

Інший приклад — коли в Парижі загинула англійська принцеса Діана, всі загальнополітичні видання помістили цю новину на першу шпальту. Тоді як економічні видрукували лише маленьку інформацію на 20 рядків на останній сторінці видання, оскільки ця подія не мала нічого спільного з економікою.

Видання мають схожу концепцію, але різняться стилем подання текстів. «Лез Еко» — академічна, стриманіша, поважніша, без жодної фотографії чи колажу. «Ля Трібюн» віддає перевагу, якщо це можливо, оригінальній формі, агресивнішому стилю, надає більше місця розважальним текстам, ілюстраціям, фото.

б) спеціалізовані щотижневі та щодвотижневі видання

Щотижневі та щодвотижневі журнали мають обсяг близько 130-150 сторінок, формат А4. Коротко розглянемо найпомітніші з них.

«**Ле Нувель економіст**» — заснований у 1975 році внаслідок злиття журналу «Антрепріз» та газети «Інформасьйон». Публікує багато загальноекономічної інформації, досліджує світ приватного підприємництва, розповідає про діячів, котрі серйозно впливають на ситуацію в національній та світовій економіці. Згідно з соціологічними даними, одне число читають 4.5 особи. Це пояснюється тим, що велика партія накладу розповсюджується за передплатою до виробничих структур, банків, комерційних фірм тощо. Річний обіг капіталу у виданні — 130 мільйона франків (43.3 мільйона гривень).

«**Бізнес**» — заснований 1987 року. Захищає інтереси приватних акціонерів, працівників бірж, досліджує стан ринку цінних паперів, динаміку вкладень. Видає 52 числа на рік.

«Інвестір» – заснований у січні 1974 року, річний обіг капіталу близько 120 мільйонів франків (40 мільйонів гривень). Чималу вагу надає аналізу актуальних економічних подій тижня. Сприяє тому, щоб малі й середні приватні підприємства орієнтувались, куди наразі вигідно вкладати гроші. Видає 52 числа на рік.

«ЛЬ'Експансьйон» – заснований 1967 року. Тижневик був першим виданням, зорієнтованим не лише на фінансові кола, але й на найману кваліфіковану робочу силу виробничих підприємств. Розповсюджується переважно за передплатою (із 190 тисяч накладу 130 тисяч розповсюджуються поштою). Надає широку інформацію про те, як може скластися кар'єра в економіці, які є перспективи у різних фахівців. Вміщує чимало аналітичних виступів про взаємовідносини підприємств-партнерів на національному рівні. Видає 24 числа на рік.

в) спеціалізовані економічні часописи

«Ле Ревеню франсе» – заснований у 1989 році. Часопис подає дуже конкретизовану, службово-доповідну інформацію для тих осіб, які накопичили чималі заощадження. Орієнтується на 2.3 мільйона французів з прибутком більше ніж 50 000 франків на рік (16 660 гривень). Видає 11 чисел на рік

«Капіталь» – заснований 1987 року. Аналізує й коментує економічну й фінансову професійну інформацію, ситуацію з інвестиціями і капіталовкладеннями у світі. Розрахований виключно на економічні й фінансові кола. Видає 11 чисел на рік.

Друга частина.

Виробництво й продаж газетної продукції

Тема 4. Преса як творчість і як комерційний продукт

Незалежно від змісту й політичної орієнтації, преса завжди залишається своєрідним сплавом продукту інтелектуальної творчості та продукту індустріального, який треба вміти вигідно продати.

Повноцінна фінансова діяльність, кількість найманих працівників, регулярна потреба в інвестиціях, реальні ціна й собівартість продукції. – всі ці аспекти діяльності преси ставлять її в одну шереду з усіма іншими виробничими структурами. Керуючись цими ж дефініціями, преса виготовляє продукцію широкого вжитку.

Оригінальність цього товару полягає в тому, що роздрібна ціна видання нерідко буває нижчою за собівартість. «Газета продається двічі, — вважає французький дослідник Пер Альбер. — Перший раз — рекламодавцю, який визначає її як вигідне місце для повідомлення про свою діяльність, і вдруге — читачеві. Преса — об'єкт подвійної торгівлі».

Аби мати широку читацьку аудиторію, сучасна західна преса намагається подавати чимало утилітарної, корисної інформації. Цілі шпальти паризьких газет присвячуються, наприклад, новинкам ресторанів, магазинів, регулярно друкуються маршрути цікавих прогулянок містом і за містом. Це не є ані реклама, ані прихована реклама: видання прагнуть бути максимально корисними для щоденного життя. Сучасна прагматична концепція істотно різнилася від тієї, що існувала два-три десятиріччя тому. («Стара» французька преса вважала, що газета має відповідати чотирьом функціям: інформувати, розважати, заспокоювати та давати відчуття причетності до суспільства).

Із суто комерційної позиції, пресовий продукт, очевидно, є найближчим до... сільськогосподарського. Оскільки він так само швидко «псується» під впливом часу й стає неліквідним. Потужний вплив рекламних інвестицій, що зумовлює постійну мінливість фінансової ситуації видань, зумовлює цілковиту унікальність пресового продукту в порівнянні з іншими.

Відділ розповсюдження посідає особливу роль у роботі сучасних західних ЗМІ. Навіть якщо видання не дуже рентабельне й існує завдяки відчутній підтримці своєї пресової групи, ці відділи завжди автономні. Вони мають до десяти високопрофесійних фахівців, які збирають і аналізують інформацію про роздрібний продаж видань, працюють з постійними передплатниками, частково з рекламодавцями.

Щодо економічної преси, загальні дані з розповсюдження такі: передплатою розповсюджуються близько 70% накладу, в роздріб — до 20%. І ще 10% залишаються нерозпроданими. До того ж навколоторговельні витрати (пошта, платня продавця, доставка в кіоски, нерозпродані примірники) «з'їдають» до 2/3 виручки. Передплата в цій системі виступає як найнадійніший спосіб дистрибуції, з чітко передбачуваними даними щодо надходжень і витрат.

Аби продаж у роздріб йшов краще, економічні й деякі загальнополітичні газети мають у штаті окрему людину, яка займається лише оформленням, збором і відбором ідей для першої шпальти, яка мусить привабити, заінтригувати, спонукати читача купити газету. Цей співробітник секретаріату тісно співпрацює з відділом розповсюдження.

Тема 5. Економічна залежність преси від реклами

У західних країнах реклама є основним чинником фінансового балансу в роботі пресових підприємств. Рекламодавець, перед тим, як дати оголошення до газети, намагається отримати якнайповніші дані про структуру її електорату. При цьому враховується не тільки кількість читачів, але й їхня купівельна спроможність. Так звана «народна преса», зорієнтована на найпростішу публіку, незважаючи на високі тиражі, має небагато реклами. Водночас, солідні кольорові журнали, розраховані на заможного ділового покупця, збирають її без проблем.

Щороку в світі рекламні надходження до ЗМІ мають тенденцію збільшуватись. З 1950 по 1990 рік Сполучені Штати збільшили рекламні інвестиції до своїх мас-медіа з 5.7 до 78.4 мільйона доларів (з 10.26 до 141.12 мільйона гривень), ФРН — з 1.1 до 18.5 мільйона дойчмарок (з 1.2 до 9.6 мільйона гривень), Франція — з 0.32 до 45.12 мільйона франків (з 0.1 до 15.04 мільйона гривень).

Французькі видання отримують менше реклами, ніж газети інших розвинутих західних країн. У 1991 році відсоток інвестицій від реклами у загальному бюджеті преси склав: у США — 79%, у Німеччині — 67% і лише 46% — у Франції. Загалом вважається, що 50% рекламних надходжень є гарантією фінансової стабільності газети.

Маркетингові відділи французьких видань помітили, що рекламні надходження істотно залежать від... пори року: в січні-лютому та в липні-серпні вони знижуються, тоді як у квітні-травні та жовтні-листопаді, навпаки, зростають.

В усіх країнах світу реклама так чи інакше впливає на зміст та стратегію тих видань, де вона регулярно друкується. Передовсім, це виявляється у кількості сторінок, відданих під рекламні анонси. Наприклад, права газета «Фігаро», яка має загалом 42 сторінки, віддає під рекламу 75 відсотків загальної площі (до 32 сторінок щодня); газета французьких комуністів «Юманіте», що виходить на 28-ми сторінках, має тільки 11% рекламної інформації (до 4-х сторінок).

Важлива деталь: прихована реклама у Франції офіційно заборонена. Спеціальна Комісія з професійної етики прискіпливо стежить за дотриманням закону. Якщо лише факт платної публікації, закамуфльованої під звичайний репортаж, коментар чи інтерв'ю документально доведено, — а комісія має можливості здобути необхідну інформацію, — і журналіст, і газета виплачують астрономічний штраф.

Тема 6. Боротьба західної преси за читача

Визначити реальне обличчя «середнього читача» того чи іншого видання дуже важко, оскільки різні люди читають ту саму статтю, отримуючи цілком різні враження. Проте уявити хоча б приблизно смаки своєї аудиторії надзвичайно важливо для кожного видання: це дозволяє краще «продавати» його спочатку читачам, а потім — рекламодавцям.

Не стільки соціологічний інтерес, скільки комерційна потреба змушує французькі газети проводити анкетування свого електорату приблизно тричі на рік. При цьому обов'язково визначаються вік, стать, освітній рівень, місце проживання, професія, рівень прибутків опитуваних. Все це дуже важливо знати рекламодавцю, щоб порівняти, наскільки усереднений образ читача видання збігається з його потенційною клієнтурою.

Ще одне важливе дослідження, яке проводить регулярно французька преса, — скільки людей читає кожний примірник того чи іншого видання. Щодо економічних газет, результати 1995 року були такими: «Лез Еко» читають в середньому 3.5 особи. «Ля Трібюн» — 2.9, «Ле нувель економіст» — 4.5 особи. Отримані дані аналізуються в редакції, внаслідок чого визначаються кілька напрямків роботи, які задовольнятимуть інтереси бодай певної частини читачів. Результати анкетувань також впливають на політику заголовків, добір тематичних шпальт.

Оскільки Франція взагалі не має офіційної публіцистичної преси на утриманні держави, як наші шановні «Голос України» та «Урядовий кур'єр». Газети керуються насамперед смаками й «замовленнями» читачької аудиторії, а не політичними вподобаннями головного редактора. В сталому демократичному суспільстві преса не має прямого пропагандистського впливу на читача, тому зі сторінок французьких газет, починаючи з 60-х років, практично зникли газетні кампанії «за» чи «проти» певної політичної ситуації або особистості.

«Сучасний читач сприйняв би такий спосіб відвертої агітації як неповагу до нього, і напевне, швидко перестав би купувати таку газету, — вважає дослідник сучасних ЗМІ П'єр Альбер. До речі, це одне з пояснень фіаско комуністичної газети «Юманіте», що опинилась перед реальною загрозою закриття.

ДРУГИЙ РОЗДІЛ НОРМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ТЕХНІКИ

Перша частина.

Загальні принципи подання тексту

Тема 7. Місце та роль основного повідомлення

Від 20 до 30 хвилин на день – стільки в середньому витрачає щодня читач на всі друковані видання разом (щоденні газети, щотижневики, спеціалізована преса...). Цього вистачає, аби нашвидкуруч проглянути зо два-три десятки фотоілюстрацій, заголовків і вирізів, а також з півтора десятка маленьких повідомлень (до 1 500 знаків).

Отже, не можна втрачати ані секунди, щоб дати читачеві саме те, заради чого він купив газету. Тобто – інформацію. Нову, цікаву, точну.

Якщо за перші десять секунд читач не зрозуміє, про що йдеться, з'являється чимало шансів, що матеріал залишиться непрочитаним. Аби «не випустити» цього непевного читача із зони впливу, журналіст мусить добре прорахувати побудову свого тексту, тобто максимально точно визначити, що є **найважливішим** у повідомленні, яке він писатиме. Що **принципово нове** мусить запам'ятати з цього повідомлення читач?

Наприклад: журналіст відвідав прес-конференцію, присвячену зустрічі Президента України Віктора Ющенка з Верховним представником Європейського Союзу з питань спільної зовнішньої політики та політики безпеки Хав'єром Соланою, де йшлося про проведення міжнародної конференції щодо регіональної ролі України і політичної співпраці України з ЄС, про роль України у східноєвропейському регіоні, зокрема як гаранта безпеки, про євроінтеграційні плани України, ринковий статус української економіки, членство у СОТ, створення зони вільної торгівлі з ЄС та полегшення візового режиму між Україною та Євросоюзом. Як найкраще подати цю інформацію?

По-перше, в жодному разі не варто тулити все це до одного тексту. Не забувайте про залізне правило: **прес-конференція не є подією**. Подія – це візит, який стався, майбутня міжнародна конференція, створення зони вільної торгівлі та полегшення візового режиму.

Отже, матеріалів буде три (якщо дозволяє площа), або два, або лише один. Якщо є можливість подати всі три, визначимось, де має міститись основне повідомлення в кожного.

1) Зустріч Президента з представником Євросоюзу вже відбулася й зацікавлена аудиторія про неї вже знає. Тому треба знайти в розповіді щось

принципово нове і, водночас, важливе для України. Найкраще, якщо це будуть конкретні перспективи, показова тенденція, що вималювалася у відносинах. Економічний журналіст мусить перш за все поцікавитись, що зміниться в ході двостороннього економічного співробітництва. Ніколи не треба починати інформацію фразою: «Щойно повернувшись із зустрічі, Президент України дав прес-конференцію, під час якої...». Грамотним початком було б: «Найближчим часом українській економіці буде надано статус ринкової. Євросоюз підтримує вступ України до СОТ – повідомив під час зустрічі з Президентом України...»

2) Стосовно майбутньої міжнародної конференції в контексті зустрічі основним повідомленням може бути коментар Віктора Ющенка, в якому він зазначив, що «нас від учорашнього дня відрізняє те, що нині ми маємо чіткий план розвитку наших відносин з Євросоюзом».

3) Що ж до спрощення візового режиму між Україною та Євросоюзом, то це, за словами Президента, «насамперед має стосуватися студентів, журналістів, дипломатів та бізнесменів, що мають ділові зв'язки у країнах ЄС».

Якщо ж в газеті є місце тільки для двох або одного матеріалу, треба видрукувати те, що є найбільшою економічною подією для країни.

Незважаючи на те, що економічний журналіст здебільшого звертається до певної підготовленої аудиторії (якщо тільки він не працює в загальнополітичному виданні, розрахованому на найневибагливішу клієнтуру), його текст має бути максимально зрозумілим для тих, хто не відстежує детально саме той аспект теми, про який йтиметься в повідомленні. Адже не всі читачі навіть спеціалізованої преси мають однаковий інтелектуальний та освітній рівень. Особливо зрозумілим має бути основне повідомлення.

Звичка починати матеріал не з першої фрази, яку було сказано на прес-конференції, а саме з основного повідомлення, має великі переваги:

- це полегшує завдання знайти влучний заголовок та місткий вріз.
- це зумовлює порядок викладу тексту, переходячи від суті до деталей.

Основне повідомлення завжди лише одне. Але воно може складатись із двох-трьох елементів, якщо вони є складовими однієї події. Наприклад, банк «Western Union» відкриває представництво, яке здійснюватиме всі можливі фінансові операції, відкриватиме рахунки для приватних осіб з України, а також надаватиме кредити готельному будівництву. Все це – елементи одного повідомлення, які треба грамотно ієрархізувати в тексті, але цілком логічно помістити їх в один матеріал.

Проте основне повідомлення – це таки щось одне (або відкриття пред-

ставництва банку, або можливість відкрити рахунок для українців, або нові інвестиції в готельну справу). Якщо воно не буде гранично ясно сформульоване на початку тексту, читач матиме враження, що ви не дуже добре розумієте, про що пишете.

Найпоширеніша проблема економічного журналіста – це мати забагато матеріалу до викладу: вельми важливих цифр, посилань, коментарів. Треба навчитися добирати *ключ подання*, який виокремить найважливіший елемент нової інформації, дозволить поставити її на початок тексту, і якщо треба, добудувати додаткові дані. Не забувайте, що в захаращеному тексті губиться найпідготовленіший читач, а, отже, якщо справді важливої інформації забагато, краще розбити її на кілька текстів, підготувати тематичну добірку або серію статей.

Як правильно знайти *основне повідомлення* в тому, що було сказано:

Спосіб перший: уявіть свого приятеля чи колегу, якому не більше, ніж за хвилину треба викласти те, що справді варте уваги.

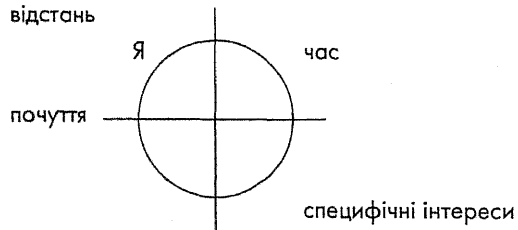
Спосіб другий: переглядаючи свої нотатки, підкресліть спочатку те, що вам видалося найважливішим, а потім систематизуйте ці виокремлення навколо однієї, двох, трьох провідних ідей.

☞ Кілька зауважень:

- ✓ час, згааний на пошук основного повідомлення, дозволяє виграти час читачу;
- ✓ основне повідомлення має містити в 4-5-ти рядках точну і дуже конкретну інформацію;
- ✓ заголовок, вріз, початок тексту, закінчення мають бути в прямому змістовому зв'язку з основним повідомленням. Щоб за кілька хвилин читач міг зорієнтуватися, що варто усвідомити й запам'ятати.

Тема 8. Правило наближення інтересів

Добре відомо, що найбільше люди цікавляться... самими собою. Отже, з тієї величезної кількості подій та фактів, що стають відомими щодня, треба добирати те, що може бути персонально співвіднесене з вашим читачем. Яким чином?



Добирати цікаву читачу інформацію краще за схемою, запропованою вище. В центрі уваги — власна персона читача. Стрілками позначено основні сфери інтересів людини. За віссю «**відстань**» ми пересуваємось від рідного села, кварталу, міста до області, країни, частини світу. Чим ближче до «Я», тим більше шансів зацікавити читача. За віссю «час» ми переміщуємось від «сьогодні», яке є в серцевині схеми, до «вчора-завтра», «місяць тому — через місяць», «рік тому — через рік»... За віссю «**відчуття**» визначається все, що впливає на емоційний стан людини: лякає її, тішить, сердить, провокує сентиментальні спогади, асоціації з рідними, коханими, друзями, країнами. За віссю «**специфічні інтереси**» визначаються напрямки зацікавленості різних категорій людей: інформація, пов'язана з професією, грошима, дозвіллям тощо. В нашому випадку читачі економічної преси є гарантованими споживачами економічної інформації, але це не означає, що поза роботою вони не люблять спорт, подорожі чи музику.

Знаючи приблизно читацьку аудиторію своєї газети, варто шукати основне повідомлення в майбутньому матеріалі таким чином, щоб воно максимально наближувалося до серцевини схеми (ідеально для національної економічної газети, щоб подія стосувалася України, сталася сьогодні або була запланована на завтра, мала емоційне забарвлення й економічний зміст). Якщо один з показників неминуче віддалений, краще збудувати повідомлення так, щоб були максимально наближені до центру три інші напрямки.

Наприклад: у Галіфаксі відбулося засідання «Великої сімки», де з-поміж інших обговорювалися питання допомоги Україні. Географічно подія вже віддалена від нашого читача. Але вона впливає на фінансову ситуацію в нашій державі, у зв'язку з чим тішить чи засмучує. І сталася, припустимо, вчора. Отже, основне повідомлення міститиметься в кількісних показниках допомоги, яку вирішено надати (з чого слід відразу починати текст). Залежно від того, замало допомоги чи достатньо, добирається емоційне забарвлення.

а) *правило географічного наближення* — французькі журналісти називають його ще «правилом вбивчих кілометрів». А саме: чим далі відбувається подія від місця, де живе читач, тим менше ця подія його цікавить. Смерть сусіди з рідного села завжди цікавить більше, ніж загибель тисячі людей десь за океаном.

Це правило особливо враховують журналісти сільськогосподарської преси Франції, створюючи окремі регіональні рубрики й надаючи під них чимало площі (до 4-5 сторінок). Відповідно наймаються місцеві

кореспонденти, які безперервно постачають новини. Дослідження довели, що сільський читач починає гортати газету в пошуках саме цих добірок, сподіваючись прочитати щось про рідний регіон.

Якщо подія таки відбулася далеко від місця проживання основної маси читачів, не забувайте про чотири залізні правила:

- варто робити наголос на наслідках цієї події для читача;
- підкреслити участь у події людей з його міста (якщо це міська газета), країни (якщо видання національне);
- надати слово комусь з місцевих авторитетних діячів, щоб прокоментували факт;
- порівняти подію, що описується, з тією, що колись сталася в рідному для читача країні.

б) правило хронологічного наближення – це система пріоритетів, напрацьована внаслідок численних соціологічних розвідок. Система ця передбачає:

- 1) насамперед друкуються важливі новини про події, які відбуваються сьогодні чи завтра;
- 2) події, що сталися вчора чи щонайбільше позавчора, можуть також бути відображені досить детально (друге місце в ієрархії читацької уваги);
- 3) інформацію про давнину або про надто віддалені в майбутньому події не подавати великим обсягом.

Кілька зауважень:

- ✓ *заголовок, вріз, початок тексту, край слід замкнути на найближче майбутнє, тобто акцентувати увагу на наслідках події. Перед тим, як починати, варто спробувати відповісти собі на запитання, що нового вносить ця подія в життя мого читача;*
- ✓ *у заголовку краще вживати дієслова в майбутньому, ніж у минулому часі;*
- ✓ *причини події та розвиток ситуації, що призвів до неї, можуть з'явитися не раніше другого абзацу (інакше кажучи, прямиий хронологічний виклад не бажаний).*

в) правило емоційного наближення – все, що торкає почуття читача, може позитивно вплинути на сприйняття інформації. Всі без винятку цікавляться життям і смертю, коханням, ненавистю, проблемами здоров'я, безпеки, заробітків, успіхів, невдач... Інформація, наскільки це можливо, має зворушити серце читача.

Економічна тема щодо цього є вдячним полем діяльності, оскільки щільно пов'язана з проблемами прибутків і збитків, податків і матері-

альної допомоги, цінами на все, що життєво необхідно людині. Тож і починати її краще зі слів: «Пенсії буде збільшено на 20%...», а не «Кабінет Міністрів ухвалив рішення про збільшення...», або: «30 гривень коштує масажний курс для тих, хто потерпає від остеохондрозу», а не: «Нова поліклініка практикує чимало корисних для пацієнтів курсів для підтримки здоров'я...»

В заголовку, зачині, врізі треба вміщувати найбільш людські, найбільш життєві елементи. Якщо тема надто технічна і до статті не можна дібрати яскраву назву, треба щонайбільше олюднити початок тексту.

г) *правило специфічного наближення* — дуже важливе для спеціалізованої преси. Якщо основна читацька аудиторія — банкіри, всі повідомлення мають добиратися з урахуванням їхніх професійних інтересів, смаків і матеріальних можливостей для дозвілля, способу відпочинку тощо. Якщо це селяни-колгоспники, акценти треба ставити відповідним чином. Важливо також знати середній вік свого читача, оскільки, наприклад, сільська молодь має інші проблеми й інтереси, ніж сільські пенсіонери.

Для того, щоб не втрачати читача, відділ розповсюдження мусить проводити регулярні анкетування електорату. Залежно від результатів, журналісти віддаватимуть перевагу тим чи іншим географічним або тематичним рубрикам.

Тема 9. Ключ подання економічного тексту

Інформувати — це вибирати. Не тільки цікаві для читача факти, але й спосіб їх викладу, тобто *ключ подання*.

Дослідження свідчать, що можливості читацької уваги та здатності споживати інформацію обмежені. Навіть якщо йдеться про важливі теми, читача починає «зацикловувати» на 4-й стандартній сторінці (після прочитання 1 500 знаків) матеріалу для щоденної газети, на 7-й сторінці тексту для щотижневика та на 13-й сторінці журнальної статті.

Якщо нової, важливої інформації справді багато, краще поділити її на декілька подань. Або підібрати *ключ*, відштовхуючись від одного з важливих аспектів явища і доповнюючи текст вставками довідкового плану.

Наприклад: заборгованість із зарплати є темою, яку висвітлюють сотні українських журналістів. Загальнополітична національна газета напише про це як про проблему, яка існує в житті 6-7 мільйонів наших співгромадян. Але можна запропонувати ще декілька можливих *ключів подання*, припустимих для тої чи іншої аудиторії:

- ситуація в галузях, які хронічно не встигають з платнею;
- невіплати зарплати в тій чи іншій області;
- підприємство-найбільший боржник по зарплатні (репортаж або кореспонденція);
- підприємство, що вибілося з хронічних злиднів;
- економічні наслідки затримки зарплати (падіння платіжної спроможності населення);
- пропозиції відомих економістів, як покращити ситуацію;
- багатодітні сім'ї та затримки зарплати;
- такі прецеденти в інших країнах. Безумовно, перелік прикладів можна продовжити.

Ключ подання завжди визначає журналістський жанр майбутнього матеріалу. Якщо ми писатимемо про підприємство–найбільший боржник по зарплаті в країні, це буде репортаж або кореспонденція, якщо про багатодітні сім'ї – репортаж або портретна замальовка, якщо викладатимемо думку того чи іншого економіста, то напрошується інтерв'ю.

Якщо в газеті немає місця для детального викладу тієї чи іншої теми, видання вимагатиме від автора найточніший з можливих ключ подання (наприклад, борг по зарплаті вчителям у селі Х, або конкретні заходи міністра економіки, заплановані на наступний тиждень). Це унеможлилює всі інші *ключі подання*.

Кілька зауважень:

- ✓ *ключ подання має максимально враховувати правило наближення інтересів (в контексті географії, хронології, емоції, специфіки аудиторії);*
- ✓ *ключ треба підбирати водночас із жанром, відразу після визначення основного повідомлення;*
- ✓ *заголовок, вріз, зачин чітко погоджені з ключем подання;*
- ✓ *кілька ключів подання в одному тексті залучують читача; довжина тексту пропорційна ключу подання: чим менше місця, тим він вужчий.*

Тема 10. Припустимий вміст термінології

Найтиповіша вада економічних текстів – захаращеність специфічними термінами. Навіть якщо всі ці спеціальні назви зрозумілі підготовленому читачеві, вони роблять текст важким, наукоподібним, «нежурналістським».

Економічний текст особливо потребує ясного, «прозорого» викладу, який дозволяє читачеві швидко його засвоїти. Короткі, прості фрази набагато кращі, ніж складні та складнопідпорядковані. Цифри й посилання мусять викладатися з максимальною точністю і ясністю.

Спеціалісти підрахували, що людська пам'ять не засвоює більше 3-5 цифрових показників на сторінку. Щодо специфічної професійної термінології, досить часто її вживання уповільнює вдвічі-втричі прочитання навіть зрозумілого тексту. Загалом, у довгій фразі з 20-30 слів читач краще запам'ятовує другу половину речення, ніж його початок. У реченні на 40 і більше слів понад половина інформації автоматично не фіксується пам'яттю. Газету ніколи не читають, як художню прозу, її **проглядають**.

Отже, **основні правила читабельності економічного тексту** такі:

- розбивати без жалю складні речення на прості;
- замінити, де лише можна, специфічні терміни загальнозживаними словами, уникати наукової лексики;
- не зловживати абрєвіатурами, які збивають з пантелику навіть підготовленого читача, якщо він проглядає газету втомлений, увечері після роботи;
- уникати зайвих цифр. Якщо вони видаються дуже важливими, краще виносити їх за текст, у довідкові вставки;
- ніколи не вживайте термінів (наприклад, у цитаті), які точно не розумієте самі.

Друга частина.

Найбільш вживані жанри подання економічної інформації

Тема 11. Повідомлення для агентства

а) загальні правила

Повідомлення для агентства пишеться за чіткими, майже математичними правилами. Воно містить **основне повідомлення**, викладене однією фразою або цілим абзацом, а також (факультативно) один або кілька роз'яснювальних абзаців (сублід, параграфи та бек-граунд)

Кожне повідомлення має вказувати джерело, яке мусить фігурувати, зазвичай, уже в *ліді* (першій, найважливішій фразі інформації). Якщо джерело сумнівне або неточне, перевага надається надійності, а не швидкості – адже необхідно підтвердити інформацію з інших джерел.

Не варто повідомляти чутки, що не мають джерела, особливо, коли йдеться про «пробні кулі» політиків чи фінансистів. У таких випадках неправдива інформація може мати руйнівні наслідки.

Джерело може бути ідентифікованим або анонімним. У певних випадках журналіст може сам бути джерелом інформації.

Відповідальність за добір інформації та конкретизацію джерела несе виключно **виробник** інформації. Літредактори і чергові редактори мають чітко пам'ятати про це правило. **Виняток:** результати спортивних змагань джерела не потребують.

Повідомлення для агентства вимагає абсолютної **нейтральності**. Якщо йдеться про суперечливі факти, необхідно дати два або більше джерел і тверджень. Агентство не має права ставати на чийсь бік, воно лише відтворює максимальну кількість даних.

Наприклад: *За даними профспілок, 30000 шахтарів страйкують. Згідно з інформацією Мінуглепформу, не вийшло на роботу 2000 осіб.*

Для агентства дуже важливою є **швидкість** подання інформації. Між світовими агентствами існує шалена конкуренція. Вибір агентства клієнтом, це доведено маркетинговими службами, обчислюється хвилинами.

Інформація має бути цілком завершеною формою, ЯКУ можна використовувати в тому вигляді, в якому її надруковано, незалежно від жанру.

Варто пам'ятати, що чимало газет, теле- і радіокомпаній використовують інформацію в тій самій формі, що її отримали з агентства.

Інформація агентства тільки тоді має якусь вартість, якщо її вжито десь поза межами агентства. Більше того, вартість ця прямо пропорційна кількості передруків. Добір події продиктовано її **наближенням до інтересів читача** та впливом. **Цікавість** органічно впливає з актуальності події, з того, наскільки вона «резонує» відповідно до тих проблем, які на цей час найбільше хвилюють суспільство.

Наприклад: *інформація «сорокарічний чоловік убив усю свою сім'ю» хвилює менше, ніж інформація «сорокарічний безробітний убив усю свою сім'ю».* Другий варіант викликає асоціації з бідністю, відчуттям відчаю та іншими побутово-соціальними параметрами, що на них емоційно реагують люди.

Абсолютно необхідно, щоб основна інформація була зосереджена в ПЕРШИХ ТРЬОХ РЯДКАХ. Чисельні дослідження доводять, що саме лід – перші три рядки – визначає, буде чи не буде журналіст використовувати повідомлення агентства.

Повні тексти прес-релізів, заяв для преси офіційних осіб **МОЖУТЬ** бути передані в ідентичному вигляді тільки у **виняткових ситуаціях** – якщо вони викликають гострий загальний інтерес, і якщо кожна фраза насправді має надзвичайне інформаційне наповнення. Загалом же, існує вимога, щоб працівники агентства **переробляли** прес-релізи та заяви для преси у класичну форму повідомлення, визнану всіма світовими інформаційними агентствами. Важливо знаходити справді найважливішу,

найактуальнішу інформацію, виносити її нагору у формі **ліда**, а далі компонувати сублід та роз'яснювальні **параграфи**. Якщо ж текст прес-релізу використовується повністю, він все одно потребує роз'яснювального речення, яке є узагальненням подальшого змісту.

б) лід

Лід має обсяг 2 – щонайбільше 3 рядки (не більше 35-ти слів). Він містить провідну інформацію, тому це – основний структурний елемент інформаційного повідомлення.

Лід має певну завершеність і може використовуватися самостійно, оскільки дуже часто газети чи телебачення цитують лише лід, коли хочуть коротко анонсувати подію.

Наприклад:

Франція збільшує свої інвестиції в Україну

Лід – Париж, 12 вер (АФТ) – фірма «Алькатель» збільшує інвестиції в Україну до 25 000 франків на рік додатково. заявив у середу президент «Алькатель» Серж Чурук.

Сублід – Керівник одного з лідерів комунікаційної промисловості підкреслив під час зустрічі з закордонними журналістами, акредитованими в Парижі, що в проектах фірми – подальше відкриття філіалів у Східній Європі.

Параграф – Пан Чурук однак підкреслив, що співробітництво, зокрема з Україною, відбувається не зовсім легко: «Нам знадобилося майже два роки, щоб відкрити філіал у Харкові, який виробляє устаткування для телефонних станцій. Це не в останню чергу пояснюється невідповідностями адміністративної практики України і Франції».

Ми бачимо, що лід є абсолютно незалежною змістовною одиницею, яку може бути використано без наступних абзаців. Інформація, яку винесено в лід, також є вагомішою за ті, котрі представлені в другому й третьому абзацах.

Лід має відповідати на 4 фундаментальні запитання:

– ХТО?

– ЩО ЗРОБИВ?

– КОЛИ?

– ДЕ?

Якщо це можливо, він також має відповісти на 2 додаткові запитання:

– ЯК? У ЯКИЙ СПОСІБ?

– ЧОМУ?

Відповідь на одне з цих основних питань і є **основним повідомленням** тексту:

ХТО: президент фірми «Алькатель»

ЩО ЗРОБИВ: заявив про збільшення інвестицій в Україну

КОЛИ: в середу

ДЕ: в Парижі на прес-конференції

ЧОМУ: це передбачено проектом співробітництва зі Східною Європою

Загалом, лід має починатися з **ключового слова**, яке відразу визначає тему повідомлення. Але не завжди вдається поставити ключове слово на початок фрази. Інколи це породжує двозначності.

Не пишійть: *Заклик до порядку спікера парламенту...* хоча саме «заклик» є предметом інформації. (Можна подумати, що до порядку закликали самого спікера).

Пишіть: *Спікер закликав депутатів до порядку...*

Не пишійть: *13 поранених і 5 заарештованих – такий результат демонстрації протесту шахтарів...*

Пишіть: *Демонстрація спричинила 13 поранень і 5 арештів серед шахтарів...*

Найкращий спосіб правильно розпочати лід – це відповісти на питання: **ХТО ЗРОБИВ ЩО?**

Чому лід не може бути довшим за 35 слів? 35 слів – це 6 рядків газетної колонки, що є зручним для верстки. Це також 10 секунд на прочитання, що приваблює читача й збільшує шанси, що інформацію буде помічено.

Коли журналіст агентства пише свій лід, він мусить зважати, що доля цього повідомлення вирішуватиметься впродовж якихось 20 секунд. – виходячи з перших 20 слів. І саме в такий спосіб споживач віддає перевагу тому чи іншому агентству.

Лід має бути простим, конкретним і триматися на фактах. Він має зацікавити, щоб читач прочитав продовження інформації.

Непогано починати лід словами: «уперше», «вперше за свою історію...», але треба дуже ретельно вивіряти сам факт, що є суттю основного повідомлення.

☞ Кілька зауважень:

✓ Лід не може бути питанням

✓ Лід не можна написати у негативній чи заперечній формі

✓ Лід не мусить починатися з цитати

✓ Лід не починається з прислівника

в) сублід

Насправді це надзвичайно важко — вмістити в три рядочки ліда всі елементи, які були б цікаві споживачеві. В таких випадках треба перемістити в другий абзац елементи, що уточнюють інформацію і не були відображені у ЛІДІ.

Наприклад:

Лід: Вантажний танкер із нафтою зазнав аварії біля протоки Босфор, у заповідних водах Чорного моря, де водяться рідкісні птахи, занесені до Червоної Книги, повідомила морська поліція Туреччини.

Сублід: Судно «Академік Курчатов», що перевозило 20400 тонн рідкого палива, потонуло близько 4-х годин ранку, залишивши масивну нафтову пляму, яку доведеться прибрати 8-ма очисними спорудами впродовж трьох днів, – заявляють санітарні служби Анкари.

Пам'ятайте: навіть найдосвідченіші фахівці світових агентств дуже часто переробляють свій лід перед тим, як давати його до друку. Оскільки форма ліда не є тою природною формою, яку використовують люди при спілкуванні.

Наприклад: для звичайної людини логіка викладу події була б наступною:

- 1) літак вилетів з Борисполя;
- 2) він розбився;
- 3) всі загинули.

Для працівника агентства грамотний порядок викладу є зворотнім: «*Всі пасажери загинули о 16.00. в четвер, внаслідок авіакатастрофи в Борисполі*».

Тема 12. Економічний факт у газеті

Чимало видань мають рубрику «Факт» на першій шпальті, або й у середині газети. Ці повідомлення щонайбільше в 4-5 рядків, мусять дати читачеві уявлення про цікаву подію за якихось три секунди, що він їх проглядатиме. Отже, коротка інформація такого складу обмежується констатацією факту й виключає коментар.

Подібно до повідомлення агентства, факт відповідає на чотири питання: ХТО? ЩО ЗРОБИВ? ДЕ? КОЛИ? Інколи в цих п'яти рядках може вміститися відповідь на запитання: В ЯКИЙ СПОСІБ? і ЧОМУ?

Класичний факт (як жанр) не має заголовку. Перші два-три слова виділяються жирним шрифтом або набираються великими літерами, тому їх треба добирати особливо ретельно.

**УРЯД РОЗПОЧАВ РОЗРОБКУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ
«ЛІКН УКРАЇНИ»**

Про це заявила прем'єр-міністр Юлія Тимошенко на брифінгу.

«Показники виконання бюджету за лютий 2005 року свідчать про успішний початок реалізації програми Президента України», – вважає міністр фінансів України Віктор Пинзеник.

Ці дві форми факту є класичними у світовій пресі. Перші слова відразу дають читачеві основну інформацію.

Проте останнім часом преса почала застосовувати інші варіації факту:

факт з одним ключовим словом — це дозволяє привернути увагу або до географічної назви, або до загальновідомого прізвища:

- В «БОРИСПОЛІ» СТАЛАСЬ НП ЗІ ЗЛІТНО-ПОСАДОЧНОЮ СМУГОЮ.

З кийського міжнародного аеропорту не можуть вилетіти великі літаки.

- **Херсон**

Порушено кримінальну справу проти посадових осіб Херсонського бавовняного комбінату.

- **Київ**

Київська міська державна адміністрація вирішила забезпечити учнів середніх шкіл безкоштовним молоком, соками та булочками.

факт із заголовком, «утопленим» у тексті:

Міжнародні організації позитивно оцінюють діяльність України.

Україна досягла відчутного прогресу в боротьбі з відмиванням «брудних коштів», що може стати важливим фактором для скасування активного моніторингу з боку FATF. Про це повідомили в прес-службі Державного комітету фінансового моніторингу України.

Тема 13. Розширена економічна інформація

Розширена інформація розвиває тему короткого повідомлення. Як і факт, вона не коментує ситуацію, але, на відміну від факту, має заголовок. Обсяг розширеної інформації — до 30 рядків.

Розширена інформація насамперед відповідає на запитання: **ЯК?** та **ЧОМУ?**

Досить часто перший абзац розширеної інформації легко перебудовується у факт. Оскільки текст має бути максимально ясним, відповідь на запитання **ХТО?** і **ЩО ЗРОБИВ?** обов'язково повинна міститись у тексті.

Розширена інформація має починатися з ключового слова, яке приверне максимальну увагу читача.

Найтипівіші помилки, яких варто уникати:

- текст починається з адміністративних елементів

Наприклад: «На засіданні Кабінету міністрів прем'єр оголосив про збільшення пенсій тим, хто відпрацював на виробництві більше 25-ти років».

Основне повідомлення – не засідання КМ, яке є плановим заходом, і не виступ на ньому прем'єра, що також заздалегідь передбачувано. **Ключове слово** в цьому повідомленні – «пенсія». Якщо почати інформацію саме з нього, кожен шостий мешканець України захоче її прочитати (бо є пенсіонером, тож, за правилом наближення інтересів, спрацює його **специфічний інтерес**).

- заголовок повністю повторюється на початку тексту

Це відштовхує читача повтором і справляє враження недбалого ставлення чергового редактора до роботи. Краще переробити заголовок, викласти його трьома-чотирма найважливішими словами.

- вживання псевдолітературного стилю

Інформаційний жанр не любить «соусів» і «кучерявостей» у тексті – це заплутує повідомлення й робить його важким.

- інформацію змішано з коментарем

Якщо коментар, на вашу думку, необхідний, його треба обов'язково виокремити в тексті: наприклад, додавши кілька персоналізованих рядків, виділених жирним або курсивним шрифтом.

За статистикою, факт, розширене повідомлення й текстівки під фото є найпопулярнішими газетними жанрами. Тому треба дбати, щоб у газеті завжди знайшлося для них місце.

Розширена інформація чудово виглядає в добірці – регулярній колонці, що з'являється завжди на тій самій шпальті. Підсвідомо читачі мають тенденцію «спускатися згори вниз» добіркою, отже, є гарантія, що вони прочитають щонайменше заголовки повідомлень.

Варто чітко пам'ятати, що розширені повідомлення, довші за 30 рядків, роблять шпальту «важкою». Отже, журналісти мусять привчитися викладати найголовніше саме в 30-ти рядках, грамотно ієрархізувати власну інформацію та скорочувати її за рахунок менш важливих елементів.

Якщо важливих новин забагато – звертайтеся до іншого жанру: звіту, коментаря, аналітичної статті.

Тема 14. Звіт на економічну тему

У французькій пресі існує два типи звітів: з офіційної події та *свідчення*, яке поки що мало розвинене в українській пресі.

Звіт — результат роботи журналіста безпосередньо на місці події. Він присутній в агентстві, в газетах, на радіо та телебаченні. Це вузько інформаційний жанр, мета якого — дати читачу (глядачу, слухачу) детальну інформацію про подію, яка його напевне цікавить. Обсяг звіту — від 40 до 200 рядків.

Журналістський звіт за способом викладу принципово різниться від адміністративного, який хронологічно викладає всі події з'їзду, конгресу, демонстрації протесту... Звіт у газеті — це текст, побудований за **принципом перевернутої піраміди**: найважливіші елементи розміщуються згори, менш важливі — нижче. Як і будь-який журналістський текст, звіт починається з **основного повідомлення**.

Звіт вимагає присутності журналіста на місці. Але, скажімо, на відміну від репортажу, який є жанром дуже персоналізованим та суб'єктивним, звіт є максимально об'єктивним і нейтральним у викладі. Автора не помітно на першому плані, але він незримо присутній в тому, як дібрано й систематизовано факти, що саме винесено у вставки. Цитати й елементи інтерв'ю дуже доречні у звіті, бо роблять його переконливішим та олюднюють текст.

Звіт зосереджується на фактах і тільки фактах, нових і цікавих читачеві. Особисті зауваження й власна політична позиція автора мають бути жорстко лімітовані (й обов'язково виділені іншим шрифтом).

Змішувати факти й коментарі у звіті неприпустимо!

Свідчення — більш персоналізований жанр, який у системі журналістських жанрів перебуває ніби на межі між репортажем та звітом. Його особливість — більша розтягнутість у часі.

Свідченням може бути, наприклад, переказ розповіді робітника заводу про його життя останні два роки: як він працює 2-3 дні на місяць, бо немає замовлень. Журналіст при цьому не висловлює своїх оцінок, а залишає право висновку за читачем. Свідченням можуть бути міркування про часті відвідини якогось підприємства — відсторонений виклад того, що і як змінюється. Відсутність авторської агітації тільки прикрашає текст і додає йому більше інформаційної цінності, викликає більше довіри з боку читача.

Тема 15. Економічний репортаж

Репортаж — один з найстаріших жанрів сучасної преси. Він пишеться за **принципом присутності п'яти відчуттів**: зору, слуху, смаку, дотику, запаху.

Економічний репортаж стає дедалі популярнішим у спеціалізованій французькій пресі, яка намагається більше писати про людей, а не про процеси, як це було модно десять років тому. Аби добре вибрати місце репортажу, послуговуються правилом наближення інтересів: підприємство має бути у цікавій читачу географічній зоні і мати в собі щось видовищне, здатне зачепити його людські інтереси й почуття.

Фактор почуттів є для цього жанру найважливішим. Викликати емоційну реакцію – найперше завдання репортажу.

Репортаж багато втратить, якщо він буде перевантажений інтелектуальними еківоками, складними порівняннями, заплутаними асоціаціями. Натомість, він вийде вдалим, якщо читач матиме враження, ніби сам все бачив, чув, відчував на місці події. **Не зрозумів, а саме відчув.**

Це досить очевидно на рівні теорії, але є надзвичайно важким для втілення у практику. Журналіст настільки при звичаєний аналізувати, систематизувати, синтезувати все, що бачить і чує, що часто виявляється нездатним згадати старі добрі навички початкової школи. Тобто – описати, переказати, використовуючи яскраві фарби. Без аналізу й коментарів.

Репортаж – це перетворення події у спектакль, з реальними **персонажами, діями, декораціями**. Читача треба занурити в цей спектакль, у цю дію, надаючи йому інтелектуально необроблену «сировину» того, що відчули самі. Тобто:

- замальовки, зображення зовнішніх деталей;
- звукове тло (грюкіт, тиша, музика, розмови), цитати;
- пахощі;
- смакові якості;
- фізичні відчуття.

Збираючи матеріал для репортажу, журналіст мусить нотувати все, на що він звертає увагу. **Нотувати, нотувати, нотувати.** Фіксуйте максимум деталей, які допоможуть вам потім відтворити атмосферу події. Пам'ятайте, що ці деталі забуваються напрочуд швидко.

Але репортаж, перевантажений зайвими деталями й подробицями, також буде невдалим. Порівняно з усіма іншими газетними жанрами, репортаж є найближчим до кіномистецтва й до телебачення. Виїжджаючи на збір матеріалу, уявіть себе з телекамерою. Повернувшись до редакції, треба буде **змонтувати сюжет**. Як на ТБ чи в кіно. Максимально уникаючи коментарів та висновків.

📌 Кілька зауважень:

- ✓ починайте репортаж з видовищної сцени чи з цитати основного персонажа; відразу – до дії;
- ✓ розділіть цитати по всьому тексту репортажу;
- ✓ уникайте нагромадження дат, цифр, технічних характеристик;
- ✓ пишіть короткими фразами, особливо на початку та а кінці тексту.
- ✓ віддавайте перевагу дієсловам у теперішньому часу;
- ✓ надайте репортажу ритм, варіюючи «план» (крупний план, віддалений план), гідно виявляйте все, що свідчить про наву присутність на місці;
- ✓ сконцентруйтесь на одному-двох персонажах, добре індивідуалізованих і ретельно висланих.

Є ціла низка подій, яка може стати предметом і звіту, і репортажу. Наприклад, міжнародний ярмарок, обговорення економічного закону в парламенті.

Звіт дасть точну й відсторонену інформацію: «Стратегічно важливі підприємства з переробки нафти здобудуть державні пільги». «Податок з прибутку обраховуватиметься за новою схемою». «Спільні підприємства матимуть пріоритет для отримання банківських кредитів»...

Репортаж окреслить менше цифрових і смислових деталей, але відтворить атмосферу в залі засідань, вималює поведінку тих чи інших ключових особистостей, передасть настрої з кулуарів.

Щоб краще визначитись із жанром, необхідно поставити собі запитання: яке **основне повідомлення** я хочу помістити в моєму тексті. Що є поміж тих інформацій, що я зібрав, найважливішим, найбільше вартим уваги? Якщо це вражаючі дані, серйозні зміни в системі державного управління тощо, доречнішим буде звіт. Якщо несподівана поведінка відомого політика, показова сценка в кулуарах – репортаж.

Тема 16. Інтерв'ю на економічну тему

Досить часто, не маючи достатньо часу, журналісти замість того, щоб підібрати влучний жанр, розбивають здобуту інформацію на запитання й відповіді. Але, за нормами сучасної західної преси, будь-яка ділова інформація, представлена у такій формі, ще не є інтерв'ю.

Ділова інформація – це будь-які дані, отримані в результаті спілкування з тією чи іншою офіційною особою. Наприклад, зав. відділом іноземних інвестицій Кабінету міністрів повідомив під час телефонної розмови з журналістом, що наступного місяця відкриваються представництва

трьох нових японських фірм; натомість, туніська туристична фірма закриває бюро в Києві. Це – класична ділова інформація, сировина для наступної публікації.

Інтерв'ю має цінність тільки в тому випадку, якщо його дає ключова особа для розуміння тієї чи іншої ситуації. Не обов'язково формальний лідер (міністр, голова комісії ВР, голова партії, директор фірми), але лідер реальний, саме від якого залежить розвиток подій. В нашому прикладі, якщо ви певні, що три нові фірми починають працювати тільки завдяки зусиллям зав. відділом Кабміну, який мусив вдаватися до неймовірних заходів, аби це сталося, – він є ключовою особою.

Якщо ця ключова особа ситуації дає вам унікальну значущу інформацію, роз'яснює, коментує її тощо, це є матеріал для інтерв'ю.

Журналіст не мусить задовольнятися чистою фіксацією сказаного. Підписуючи інтерв'ю, він ділить моральну та професійну відповідальність з тим, з ким провадить інтерв'ю. Крім уміння увімкнути диктофон, треба знати, як ставити точні питання, цікаві для газети.

З іншого боку, вважається негарним користуватися інтерв'ю, аби продемонструвати власну позицію щодо подій. Читача набагато більше цікавить інформація, яку надасть ключова особа, ніж думки журналіста.

Треба критично ставитися до того, що вам повідомили. Якщо виникають сумніви, перевіряти інформацію. Якщо ви сприймаєте на віру все, що вам розповідають, читачі щонайменше знайдуть вас наївним. Не бійтеся ввічливо заперечувати інформацію, яка видалася вам неправдивою, наводити контраргументи, показувати суперечливість того, що вам кажуть.

Не забувайте, що в професійних виданнях інтерв'ю пишеться для читача, а не для того, хто його дає.

Тобто інтерв'ю є журналістською ініціативою, яка передбачає розпитати ключову особу ситуації, щоб одержати інформацію, роз'яснення, позицію і повідомити новини зацікавленій аудиторії у формі запитань і відповідей.

Інтерв'ю передбачає завдання отримати **більше інформації**, ніж хоче надати співрозмовник.

Інтерв'ю має бути побудованим у чіткій згоді з його основним повідомленням та ключем подання.

Інтерв'ю, особливо на економічну тему, вимагає обов'язкової попередньої підготовки. Це дозволить потім краще підібрати ключ, в якому буде викладатись інформація. Питання треба скласти заздалегідь, але це не означає, що їх треба дотримуватись дидактично. У процесі інтерв'ю уточнюйте, доповнюйте, копайте глибше.

Досить часто спеціалісти з економіки вживають під час інтерв'ю багато спеціальної термінології. Треба м'яко покласти цьому край, кажучи: «Я вас розумію добре, але мої читачі не всі є вузькими спеціалістами вашого профілю. Треба нам з вами разом знайти спосіб, як роз'яснити цю думку простіше».

Краще уникати погоджень тексту інтерв'ю з тим, в кого його брали.

Якщо це неминуче, не показуйте вріз, заголовок і решту елементів тексту, які не є прямим цитуванням інтерв'юваного.

☞ Кілька зауважень:

- ✓ *віддавайте перевагу питанням коротким, містким, енергійним;*
- ✓ *перебудуйте порядок запитань-відповідей відповідно до ступеня важливості кожного піделементу тексту;*
- ✓ *не розтягуйте відповіді більше, ніж на 15 рядків, вони стають «сліпими» й нечитабельними.*

Пам'ятайте, що максимальний обсяг інтерв'ю — шпальта вашої газети або розворот журналу. Другорядні цікаві ідеї, що не вмістилися, розвину́те потім в інших своїх виступах.

Тема 17. Економічний коментар

Коментар — це чітко визначена авторська позиція з якогось важливого питання. Коментар може бути підписаний цілим виданням або одним журналістом.

Якщо це коментар газети чи журналу, він представляє офіційну позицію видання щодо певної суспільної ситуації. Коментар журналіста — справа тонша, бо має більш персонізованішу форму. Проте в серйозних виданнях право виступати з коментарем мають далеко не всі творчі співробітники: як правило, це коло обмежується головним редактором, його заступником й керівниками кількох провідних відділів.

Як правило, коментар присвячується вже відомому факту, який проте викликав дискусію в суспільстві. Він не повідомляє, а роз'яснює інформацію. Виходячи з власних аргументів, коментар завершується певним висновком. Не заборонено навіть починати з висновку, який буде аргументовано далі.

З усіх журналістських жанрів класичний коментар є найподібнішим до праці науковця. Сталося це... Воно є поганим (добрим)... бо... Це породжує такі проблеми... З одного боку... З іншого боку...

Із суто технічного погляду, коментар цінується дуже високо. Як правило, його набирають крупним кеглем або жирним шрифтом на першій шпальті ліворуч від назви газети та на одній з перших сторінок журналу.

Ні в якому разі не плутайте коментар західного зразка із пропагандистською статтею: коментар не викриває політичного опонента засновника вашого видання, він роз'яснює, чому саме газета або журнал підтримують ту чи іншу ідею.

Коментар публікують

- щоб пояснити певний вибір позиції, політичного табору, зміну пріоритетів;
- щоб попередити про небезпечну тенденцію, що має місце в суспільстві;
- ніколи — якщо немає нічого особливого сказати. Видання, де коментар є обов'язковою формою першої шпальти, захирачують свої газети.

Тема 18. Аналітична стаття

Аналіз взагалі передбачає розщеплення чогось цілого на складові. Аналіз у журналістиці — це спосіб подання певної суспільної проблеми як сукупності причин та наслідків. Хід думки в статті розвивається від конкретики до узагальнень, від великої кількості фактів до одного висновку.

Аналітична стаття завжди синтезує документальні дані та конкретні факти з дійсності, зібрані безпосередньо журналістом. Проблема вивчають з географічної, політичної, економічної, історичної, культурницької, звичаєвої, релігійної позицій. Наприклад, ворожнечу селян до тих односельців, що стали фермерами, можна пояснити колективістською ментальністю, яка культивувалася історично в даній місцевості, заздрістю, що викликана різною родючістю сусідніх клаптиків землі в районі, тощо. Це буде стаття **роз'яснювального** характеру.

Справжній аналіз сягає далі, він призводить до певного висновку констатації певної **закономірності**. В нашому прикладі добре процитувати спеціалістів з цього питання: управлінців національного рівня, економістів-теоретиків, що працюють над сільськогосподарською темою, навіть культурологів та психологів. Це дозволить авторові зробити обережний прогноз — наскільки перспективне фермерство в Україні.

Головне питання, на яке відповідає аналітична стаття, це **ЧОМУ?** Щоб знайти цю відповідь, журналіст мусить добре вивчити документацію за темою, побачити кілька споріднених елементів того чи іншого явища, показати, які сили зацікавлені в ситуації, що склалася.

Припустимий обсяг аналітичної статті — до 5-ти стандартних друкованих сторінок. Загалом, правила сучасного макетування вимагають, щоб текст, довший за 3 сторінки, розбивався на підзаголовки.

Написання статті вимагає чіткого плану, складеного заздалегідь. А план передбачає системну **класифікацію** відібраного матеріалу. Для читача немає нічого дратівливішого, ніж знайти на 80-му рядку пояснення того, про що почали було казати в 6-му рядку. Можна бути певним, що добра половина читачів до 80-го рядка не дотягне... і ніколи не знатиме, які мудрі висновки ви зробили. Перед тим, як писати серйозну статтю, треба спочатку **згрупувати** дані, які буде розміщено у різних блоках тексту. Потім **ієрархізувати** самі блоки. Далі продумати **переходи** від однієї частини тексту до іншої. Ідеально, звичайно, представити інформацію за принципом «від більш значущої — до менш значущої». Але в статті це вдається не завжди. В будь-якому разі, побудова статті мусить відповідати її **основному повідомленню** (що може збігатися або не збігатися з висновком).

Тема 19. Журналістське розслідування

Розслідування — найскладніший журналістський жанр, який «грає» на всіх реєстрах сприйняття: аналітичному і емоційному. Він об'єднує в собі елементи інтерв'ю, портрета, репортажу, хроніки, аналізу, синтезу. Завдання розслідування — захопити читача унікальною заплутаною ситуацією, а потім пояснити, що ж вона є насправді.

Інформаційних приводів для розслідування не бракує в жодному суспільстві: банкрутство потужних фірм чи відомих банків, економічні злочини, раптовий спалах цін на той чи інший товар, миттєве збагачення певного політичного діяча, заангажованого в приватних структурах, питання лобізму тих чи інших інтересів, роль нафти в Чеченській війні... Дивний на перший погляд факт, обраний за предмет розслідування, треба копати, доповнювати, перевіряти. Треба знайти відповіді на основні запитання, які виникають у процесі справи.

Досить часто розслідування «локалізує» явище національного або міжнародного масштабу. Це коли, наприклад, стало відомо про продаж дітей-сиріт із Росії за кордон, знайшлися журналісти, які поставили собі питання: а що відбувається в Україні? І конкретно в моїй області?

Провідний метод роботи над розслідуванням: у жодному разі не шукати підтвердження чи спростування того, що видається причиною ще до того, як ви почали збирати інформацію. Як правило, складні явища не мають дуже простих пояснень, що очевидні неозброєним оком. Тому

завдання журналіста знайти нову, ще невідому інформацію, яка змушує побачити ситуацію під іншим кутом зору.

Цінність розслідування прямо пропорційна кількості сюрпризів і несподіванок, знайдених під час роботи.

☞ **Кілька зауважень:**

- ✓ вибирайте ключ подання свого розслідування залежно від обсягу газетної площі, який згодна надати ваша газета, оскільки дуже часто журналіст вишукує чимало цікавої інформації, в якій може «потонути» найголовніше, що вдалося вивести на світ божий;
- ✓ розслідування найменше з усіх жанрів «псується» з часом. Не актуалізуйте його штучно, не притягайте за вуха до недавньої, хоча дуже важливої події;
- ✓ не поспішайте виїжджати на місце події, максимально вивчіть документацію з вашого питання, продумайте джерела отримання нової інформації;
- ✓ використовуйте максимальну кількість джерел, не обмежуйтеся двома-трьома.

Виділяйте все, що привертає читацьку увагу:

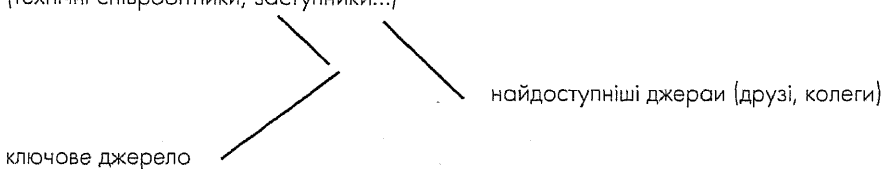
- суто людське;
- живі сценки;
- нові подробиці;
- кумедні історії;
- корисну інформацію.

Не зловживайте:

- цифрами;
- абрєвіатурами;
- технічними термінами;
- жаргонною лексикою;
- власним моралізаторством.

Правило равлика

«гарячі» джерела, наближені до безпосереднього предмета інтересу (технічні співробітники, заступники...)



Під час розслідування пряма лінія не є найкоротшою. Правило равлика передбачає: починати від найдоступніших джерел інформації, поступово досягати джерел чи осіб, які безпосередньо причетні до справи. Контакт має виводити на інший контакт. Використовуючи доступні джерела, ви отримаєте орієнтири, які допоможуть вам звернутися до справді втаємничених людей з проханням заперечити або підтвердити вашу інформацію.

Наприклад: ви запланували розслідування про стрімкий злет кар'єри підприємця X, який працював у газовій галузі:

1) простудіюйте детально все, що можна знайти в газетах про його фірму та про нього персонально;

2) поспілкуйтеся з колегами: вони не є прямими джерелами інформації, але можуть підштовхнути до цікавих поворотів теми;

3) через знайомих депутатів, управлінців тощо дізнайтеся, з ким підтримує особисті зв'язки ця людина, перевірте інформацію;

4) спробуйте вийти на тих людей, хто добре знає близьких друзів та компаньйонів пана X, максимально вивчіть бізнесові інтереси цих людей;

5) встановивши контакт з віддаленим колом, просувайтесь до близького, постійно збагачуючи новими фактами своє досвід;

6) якщо при цьому керівникові існує «сірий кардинал», спробуйте вихувати його й встановити контакт із цією людиною;

7) спробуйте потрапити на підприємство пана X, але перед цим уже маючи добре перевірену інформацію про все, що відбувається навколо нього; не гребуйте технічним персоналом, який рідко має нагоду спілкуватися із журналістами, але має купу цікавої інформації та не проти нею поділитися...

І так далі, аж до інтерв'ю з паном X, якому залишиться поставити тричотири дуже конкретні запитання.

Розслідування дуже виграє, якщо буде збагачене ілюстративним матеріалом. Потурбуйтеся про фото або, принаймні, про колаж!

Якщо обсяг тексту великий, розбийте його на підзаголовки, зробіть кілька довідкових вставок. Вживайте максимально просту мову, оскільки сюжет і без того заплутаний.

Починайте текст з елементів живих, персоналізованих жанрів: з краплень інтерв'ю, замальовки, портрета, репортажу — це приваблює. Висновки, які були вами зроблені в процесі розслідування, також розміщуйте на початку тексту: вони цікавлять читача, заради них витрачено стільки зусиль.

Третя частина.

Оформлення економічного тексту

Тема 20. Типи можливих заголовків

Як вбити гарну статтю? Як звести нанівець години добросовісної роботи, витрачені на збір, а потім на написання матеріалу? Як відштовхнути читача, який, в принципі, цікавиться темою? Тільки підбравши поганіший заголовок Вірно й навпаки: якщо назва дуже вдала, вона може «витягти» досить посередню за змістом публікацію.

Французька методична література з журналістики називає заголовок «центральною воротою» до публікації. Згідно з дослідженнями, 3/4 читачів визначаються, читати матеріал чи ні в залежності від заголовка.

Чотири функції заголовка

Він дозволяє читачеві зробити вибір. Оскільки електорат залишає поза увагою 2/3 матеріалів щомісячного журналу та 9/10 публікації щоденної газети, треба дати можливість відразу відсіяти цікаве від нецікавого. Тому заголовок має бути максимально ясним і точно окреслювати тему.

Він спонукає прочитати текст. Якщо перша функція є абсолютно універсальною, то друга – факультативною. Це природно, бо читачі все одно ніколи не цікавляться усіма повідомленнями. Для більшості навіть швидке знайомство з заголовками є достатнім, щоб «не померти ідіотом».

Він дозволяє структурувати шпальту. Розташування, шрифти, перегук заголовків змістовно упорядковують сторінку.

Він працює на імідж видання. Загалом, читач завжди може впізнати «свою» газету виключно за стилем заголовків (наприклад, назви матеріалів у газеті «День» різняться від заголовків «України молодой», «Урядового кур'єра» чи «Голосу України»).

Типи заголовків

Заголовки відрізняються за типом постановки питання, на яке вони відповідають. Якщо основне його завдання – нести нову інформацію читачу, це *інформаційний заголовок*. Якщо ж він спонукає читача до аналізу – це *мотивуючий заголовок*.

Інформаційний заголовок є обережним та реалістичним. Він використовує ці дві-три секунди, які читач витрачає на його прочитання, щоб повідомити **основну інформацію**.

Від 60 до 90 відсотків заголовків економічних щоденних газет є саме

інформаційними. В тижневиках та журналах відсоток заголовків цього типу коливається від 40 до 60 відсотків.

Якщо ви певні, що ваше повідомлення є насправді надзвичайно важливим, віддавайте перевагу інформаційному заголовку. Нехай навіть він не продемонструє ваш літературний таланти повною мірою: це гарантує, що справді зацікавлена публіка ваш матеріал помітить.

Вимоги до інформаційного заголовка:

- він має бути гранично ясним і зрозумілим;
- являти собою найпростішу синтаксичну конструкцію;
- бути максимально коротким.

Техніка підбору інформаційного заголовка:

1) точно визначитись із **основним повідомленням** та **ключем подання**, відповісти собі на запитання, що неодмінно мусить запам'ятати читач (оскільки більшість так чи інакше обмежиться прочитанням назви);

2) знайти в основному повідомленні **ключові слова** чи слово (краще сильне дієслово), пам'ятаючи про правило наближення інтересів.

Мотивуючий заголовок є доречним для трьох жанрів:

- аналітичної статті;
- коментарю;
- так званого легкого жанру (відгуків).

Завдання такого заголовка – принадити читача, «не виказавши» при цьому провідної новини. Ризик очевидний: якщо читач не зацікавився, повідомлення залишиться непоміченим.

Техніка підбору мотивуючого заголовка:

1) **шокувати** – знайти ключові слова, співвідносні зі змістом повідомлення, здатні приголомшити чи просто здивувати читача;

2) **перелицьовати** – взявши за основу назву книги чи фільму, або прислів'я, перекроїти вже відомий вислів;

3) скористатися **грою слів**;

4) **відримувати**;

5) **сполучати слова у несподіваний спосіб** («валюта пішла в прийми» – повідомлення про розширення зони франка в Африці).

Тема 21. Підзаголовки

Підзаголовки також вживаються за певними правилами.

По-перше, вони є доречними не частіше одного разу на стандартну друковану сторінку. Це ніби «віконця», які дозволяють читачу зазирнути вглиб тексту. Як правило, підзаголовок французької преси являє собою кілька слів, вибраних з частини тексту й набраних іншим шрифтом.

По-друге, підзаголовок не може містити висновків, інакше він «блокує» подальше читання. Його функція суто мотивуюча, він не має відволікати від основного повідомлення тексту.

Підзаголовком може бути:

- коротка цитата (*«Інколи я боюся самого себе»*);
- сталий образ (*семеро з ложкою*);
- вбивча цифра (*чотири яйця за хвилину*);
- формула (*слон і мураха*).

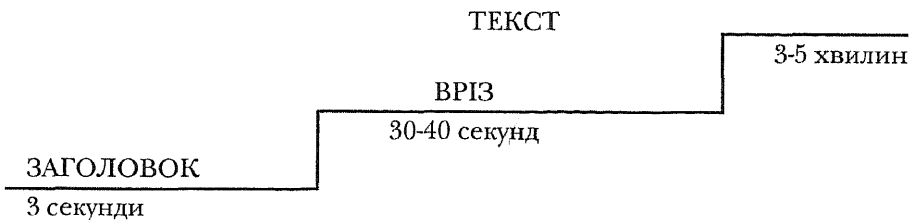
Все, що є конкретним, що вражає, змальовує, може бути добрим підзаголовком. Навпаки ж, уникайте гладеньких банальностей і абстракцій (*важка проблема; сучасна ситуація...*). Краще добирати підзаголовки вже після того, як текст складено остаточно. Стежте, щоб вони не повторювали назву публікації.

Тема 22. Вріз

Революція в способі написання врізу сталася в 60-х роках. Вона триває у французькій пресі до сьогодні.

Революцію викликало відкриття соціологів, які довели, що читачі досить часто не дочитують тексти до кінця. Різне зниження тиражів щоденної й щотижневої преси, а, водночас, збільшення популярності ТБ та спеціалізованих часописів змушує керівників мас-медіа ретельніше ставитись до змісту своєї продукції. У 80-ті роки стало остаточно зрозумілим, що вріз є абсолютно необхідним елементом сучасної публікації.

Чому? Існують точні дані: коли читач вперше бере до рук газету, за 3 секунди він встигає проглянути заголовок, за 30-40 секунд – вріз, а за 3-5 хвилин – цілий текст. Очевидно, що «проміжний етап» може врятувати для читача інформацію, яка його не надто зацікавила своїм заголовком.



Вріз є абсолютно необхідним для всіх текстів, довших за 1,5 друкованої сторінки. Якщо обсяг тексту понад дві сторінки, і немає врізу, це вважається серйозною професійною помилкою.

Текст обсягом на сторінку може не містити врізу: читач, якщо його зацікавив заголовок, може витратити хвилину, щоб його проглянути. Але довна публікація може залишитись без уваги.

Функції врізу

- 1) інформативна – він мусить сказати більше, ніж назва;
- 2) мотивуюча – треба збудити цікавість, заінтригувати, навіть шокувати.

📌 **Кілька зауважень:**

- ✓ *вріз має бути написаний простіше за текст: короткими простими реченнями, з використанням сильних дієслів;*
- ✓ *вріз не мусить перераховувати цифри, абрєвіатури, вживати маловідомі власні назви й терміни;*
- ✓ *початок врізу не має повторювати назву;*
- ✓ *заголовок і вріз – дві синтаксично й змістово незалежні конструкції, кожна з яких є завершеною формою, повністю зрозумілою без іншої;*
- ✓ *вріз є незалежним від початку тексту (оскільки певна клієнтура (бо 15%) ігнорує вріз і перестрибує із заголовка відразу до тексту);*
- ✓ *вріз найчастіше відповідає на запитання: **ЩО СТАЛОСЯ? ЧОМУ? ВЯКИЙ СПОСІБ?***

Два типи врізів

1) інформативний – що дає читачу нові важливі деталі, які не вмістилися в назву (як правило, дуже коротку). В принципі, це виклад основного повідомлення;

2) мотивуючий – здебільшого вживається в журнальних статтях, які не так швидко застарівають. Такі врізи не прив'язані до подій сьогодення, але потребують інших, емоційних, способів зацікавити читача.

Тема 23. Зачин

Цільтесь у серце – й теми, й читача. Інформуйте без запізень. Захоплюйте. Дивуйте. Завдання зачину зрозуміле: залучити найширше коло читачів.

Зачин не можна змішувати з врізом. Це незалежні елементи тексту. Зачин з'являється відразу після врізу і ні в якому разі не мусить його повторювати.

Для більшості текстів (особливо оперативного змісту) зачин не становить проблеми. Для факту – це кілька перших слів, виділених жирним

шрифтом; для розширеного повідомлення – перше речення. Загалом для суто інформаційних жанрів зачин будується жорстко за логікою ієрархії змістових пріоритетів, відповідно до основного повідомлення. Для журнальних статей зачин має «закличніший» характер.

Будь-який зачин є вдалим, якщо він виписаний з урахуванням **правила наближення інтересів**. Не забувайте, що початок тексту, який розповідає про майбутнє чи сьогоднішнє, приваблює більше, ніж той, що посилається на далеке минуле.

Географічне наближення інтересів особливо важливе для регіональної та місцевої преси. Вплив на емоції змушує думати про речі загальнолюдські, життєві. На початку тексту виграють цитати, міні-портрети, симпатичні історії з життя. **Ніколи не вживайте в зачині довгих складнопідрядних речень!** Уникайте також задовгого першого абзацу.

Ніколи не ставте на початок тексту перелік учасників заходу, нумерацію, малозрозумілі терміни.

Пильнуйте, щоб зачин не повторював заголовок.

Типи зачинів:

- зачин – основне повідомлення;
- зачин – парадокс;
- зачин – висновок (для розслідування та коментарю);
- зачин – цитата;
- зачин – маленький репортаж;
- зачин – здогадка;
- персоналізований зачин;
- зачин – коротка симпатична історія;
- зачин – портрет.

Зауваження: загалом, західні норми преси не передбачають уміщувати підзаголовок між врізом та зачином. Підзаголовок може з'явитись щонайменше через абзац.

Теми 24. Закінчення

Передовсім, не варто ускладнювати собі життя: ціла низка жанрів закінчення не потребує. Йдеться про суто **інформативні жанри**: факт, розширену інформацію, звіт. Для них **найкраще закінчення – інформація**, без жодних коментарів та висновків. У жодному разі не закінчуйте звіт переліком учасників або моралізаторським висновком!

Потому ціла серія **виступів журнального плану**, де немає оперативної інформації, автоматично обумовлюють певний тип закінчень.

Репортаж, що передає почуте, відчуте, побачене, має **закінчення-зображення, закінчення-цитату або закінчення-відбиток почуття**. В жодному разі – висновок або мораль!

Інтерв'ю класично завершується **цитатою**. Останнє слово має бути за тим, хто дає інтерв'ю.

Коментар, що висловлює позицію видання чи публіциста з того чи іншого суспільно важливого питання, добре закінчити ефектною **фразою-формулою**.

Всі закінчення мають бути: місткими, енергійними, простими.

Гарне закінчення – це короткий останній абзац (бажано не довший за 8-10 рядків). Речення краще скласти не більші, ніж з 10-12 слів. Якщо можна, складіть останню фразу лише з 5-6 слів. Читачі неймовірно чутливі до цих вимірів: вони набагато краще реагують на дуже короткі завершальні фрази.

Типи закінчень подібні до типів зачинів:

- закінчення – цитата;
- закінчення – опис;
- закінчення – парадокс;
- закінчення – формула;
- закінчення – маленька історія;
- закінчення – коло (коли воно апелює до назви або зачину);

✎ Кілька зауважень

- ✓ як тільки ви визначилися з основним повідомленням, ключем подання й жанром, подумайте про зачин та закінчення;
- ✓ інколи гарні закінчення з'являються від простого скорочення кількох зайвих абляців.

Тема 25. Вставки й виноси

Ця текстова форма дуже широко застосовується сучасною, особливо економічною пресою. Посібники з журналістики називають вставки «чорним входом до тексту» (порівняно із заголовком, який, як ми вже знаємо, є «парадним входом»).

Вставки – це, залежно від жанру, довідкові кілька речень або абзаців (до одної друкованої сторінки кожна), що доповнюють матеріал цікавими даними. Середній аналітичний матеріал в газеті може містити до 4-5 вставок на текст, у журналі – до 10-ти. Вставки виділяються поліграфічно й вміщуються всередину тексту.

Виноси, на відміну від вставок, мають такі самі функціональні ознаки, але друкуються на полях. Вони також завжди чітко виділяються графічно (шрифтом, кольором, тлом, обрамленням).

Користь від вставок та виносів є очевидною: вони розширюють інформаційне поле і, водночас, не завантажують текст.

Вставкою або виносом можуть бути:

- біографічні дані людини, в якій беруть інтерв'ю;
- статистичні дані;
- хронологічні відомості про діяльність тієї чи іншої фірми;
- загальна інформація про країну, місто, область, звідки ведеться репортаж;
- допоміжні цитати;
- подані ланцюжком цифри, які є показовими для ситуації. Пам'ятайте, що вставки, які на шпальті графічно обрамлюються, читаються так само часто, як вріз або заголовок. Вони також мають бути автономними, завершеними за формою, зрозумілими без прочитання самого матеріалу.

ТРЕТІЙ РОЗДІЛ

ПЕДАГОГІЧНА МЕТОДИКА, ПРОПОНОВАНА
ДО ОРГАНІЗАЦІЇ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Принцип співвідношення теорії та практичних вправ

Паризький Центр підготовки й вдосконалення журналістів (ЦПВЖ) застосовує роками відпрацьовану методику співвідношення викладу теоретичної інформації та практичних вправ. Це означає – на годину теорії мусить бути три години практики.

Загалом, навчання в ЦПВЖ відбувається чотири години зранку (з 10.00 до 13.00) та дві години після обіду (з 15.00 до 17.00). Вважається, що розум людини не здатний з достатньою увагою сприймати монолог викладача, який триває понад 20 хвилин. Тому методика ЦПВЖ передбачає постійні апеляції до аудиторії, регулярний діалог зі стажерами.

Незважаючи на невимушену атмосферу, кожна лекція відбувається в суворій відповідності до погодинної сітки, спеціально розробленої до кожного заняття. Сітка передбачає чергування теоретичного викладу, практичних вправ (колективних та індивідуальних) та перерв на каву, категорично необхідних для відновлення уваги.

На навчальний день припадає, переважно, по дві-три теоретичні теми, а також по три-чотири практичні вправи. Вправи по завершенню обговорюються колективно.

Варто додати, що такі теми, як репортаж або розслідування вимагають щонайменше тижневої практики. Отже, цей модуль передбачає лише загальне ознайомлення з цими жанрами.

Як краще зорганізувати перший день семінару

Центр з підготовки й вдосконалення журналістів має сотні різноманітних курсів з підвищення кваліфікації журналістів. Але кожен з них, незалежно від спеціалізації, починається за однаковою схемою.

1. *Викладач розповідає про курс, який читатиме, і про свій професійний досвід (щонайбільше до 20-ти хвилин).*

Золоте правило Центру підготовки й перепідготовки: в Центрі немає жодного викладача, який би **постійно** не працював у пресі. Тому постійний штат закладу дуже маленький, всі викладачі працюють виключно за контрактами. Майже всі курси – авторські, пройшли апробацію творчої комісії Центру. Стажери обирають той курс, який їм до смаку, пресове підприємство (або спеціальний Фонд) сплачують за нього обумовлену суму.

Те, що викладач є журналістом-практиком, надзвичайно важливо для

тих професіоналів ЗМІ, які беруть участь у семінарі: це викликає довіру до того, що він розповідатиме.

2. *Стажери по черзі представляються, розповідають про свій професійний досвід і визначають те, що вони чекають від семінару (в залежності кількості запрошених — до 20 хвилин).*

Це надзвичайно важливо для викладача, оскільки він має змогу, враховуючи конкретний інтерес аудиторії, гнучко переставити акценти свого курсу, навіть інколи перебудувати навчальний процес, щоб відповісти на запит стажерів.

3. *Всім слухачам пропонується «розділитися на пари» та проінтерв'ювавши одне одного, написати короткі портрети на основі ційно отриманої інформації (до 30 хвилин).*

Це — **портрет навзаєм**, перше практичне завдання для стажерів. Воно має подвійний результат: дозволяє учасникам семінару познайомитись між собою, поспілкуватись, а також допомагає викладачеві визначити індивідуальний рівень, жанрові нахили, сильні та слабкі місця кожного. Заздалегідь обумовлюється, що міні-портрет мусить бути не довшим за десять речень, аби не втрачати виробничий ритм першого дня. Тексти віддаються викладачу, потому оголошується 10-хвилинна перерва на каву.

4. Після перерви викладач переходить до першої теоретичної теми свого курсу. Під час обідньої перерви (яка триває завжди дві години і дозволяє не тільки попоїсти, але й продивитися практичні справи стажерів) викладач розбирає колективно результати першої практичної справи, вказує типові вади, визначає сильні місця — **ніколи не називаючи прізвищ**.

Головне завдання першого дня роботи — створити сприятливу, невимушену атмосферу. Для людей, які працюють у штаті різноманітних ЗМІ, дуже непросто, з психологічної точки зору, повертатись до навчання. Тому відразу треба започаткувати **рівні стосунки** «колеги з колегами» між викладачем і групою. Категорично неприпустимий дидактичний тон, викладач лише дає поради, як, на його думку, було б краще виконати ту чи іншу справу. Тільки його професійний клас, а не місце біля кафедри в аудиторії, є запорукою довіри слухачів курсу.

Погодинні сітки до можливих семінарських занять (навчальний курс, розрахований на два тижні, включно з суботами).

Лекція 1.

9.00–9.20 — загальне представлення курсу; знайомство з викладачем, під час якого стажери запрошуються ставити будь-які питання професійного характеру.

9.20–9.40 – знайомство з кожним учасником семінару; збір їхніх побажань щодо змісту семінару.

9.40–10.10 – **портрет навзаєм** – перша *практична вправа*. Поставивши один одному 10 запитань, стажери мають написати текст, що не повинен бути довшим за 30 друкованих рядків.

10.10–10.20 – перерва на каву.

10.20–10.40 – *теоретична частина*: на основі теми 1 (перший розділ) пропонується загальна інформація порівняльного характеру про те, які економічні проблеми найбільше відстежуються французькою пресою. Бажано підготувати живі приклади з реальних французьких газет та журналів, продемонструвати наочно, як ці теми виглядають на шпальтах тих чи інших видань (українські викладачі зможуть отримати відповідний пакет зразків в ІМІ).

10.40–11.10 – *навчальна дискусія*: обмін думками й досвідом між стажерами. Вони мають висловитися, чи є згадані теми актуальними також для українських видань, чи висвітлюються вони в ЗМІ, де працюють стажери (як?). Пропонується кожному виділити три найважливіші для української преси економічні теми.

11.10–11.30 – *теоретична частина*: на основі теми 7 (другий розділ) викладач роз'яснює місце й роль основного повідомлення в економічному тексті.

11.30–11.40 – перерва на каву.

11.40–12.10 – *практична вправа*: стажерам роздається публікація з української газети й пропонується знайти основне повідомлення (див. пакет практичних завдань). Кожен має написати своє основне повідомлення до наданого тексту одним реченням.

12.10–12.30 – обговорення результатів вправи.

12.30–12.50 – така ж практична вправа, але з повідомленням агентства.

12.50–13.00 – обговорення результатів вправи.

13.00–15.00 – перерва на обід.

15.00–15.30 – обговорення результатів написання портрету навзаєм.

15.30–15.50 – *теоретична частина*: правило наближення інтересів (тема 8, розділ другий).

15.50–16.20 – *практична вправа*: пропонуються три економічні повідомлення агентства. Треба вибрати для газети тільки одне (брак місця). Яке – обґрунтувати правилом наближення інтересів.

16.20–16.30 – обговорення результатів вправи.

16.30–16.50 — *практична вправа*: пропонується невеличкий текст з української газети. Треба знайти для нього вправний початок, визначивши основне повідомлення та застосовуючи правило наближення інтересів.

16.50–17.00 — обговорення результатів вправи.

Лекція 2.

9.00–9.20 — *теоретична частина*: за темою 2 (перший розділ) розповісти, як загальнополітичні видання Франції представляють економічну тему.

9.20–9.40 — *практична вправа*: стажери визначають, наскільки ефективно ця тема висвітлюється в найпомітніших українських загальнополітичних виданнях, у їхніх власних.

9.40–10.00 — *теоретична частина*: ключ подання економічного тексту (тема 9, розділ другий).

10.00–10.30 — *практична вправа*: пропонується текст з української газети. Треба запропонувати три можливі ключі подання до нього, визначити найкращий.

10.30–10.40 — перерва на каву.

10.40–11.00 — розгляд результатів практичного завдання.

11.00–11.20 — *теоретична частина*: припустимий вміст термінології в економічному тексті (тема 10, розділ другий).

11.20–11.50 — *практична вправа*: в тексті з української газети викреслити зайві терміни, якщо треба, замінити їх зрозумілішими словами. Виділити також основне повідомлення.

11.50–12.00 — розгляд результатів вправи. 12.00–12.10 — перерва на каву.

12.10–12.30 — *теоретична частина*: повідомлення для агентства (початок теми 11, розділ другий).

12.30–12.50 — *практичне завдання*: на основі тексту прес-релізу Кабінету міністрів вибрати те, що може бути темою повідомлення для агентства. Сформулювати основне повідомлення.

12.50–13.00 — розгляд результатів вправи.

13.00–15.00 — перерва на обід.

15.00–15.20 — *теоретична частина*: лід (продовження теми 11 — повідомлення для агентства).

15.20–15.50 — *практична вправа*: переписати правильно лід в запропонованому повідомленні для агентства.

15.50–16.00 — розгляд практичної вправи.

- 16.00–16.20 – *теоретична частина*: сублід (продовження теми 11).
16.20–16.50 – *практична вправа*: на основі прес-релізу скласти лід і сублід.
16.40–17.00 – розгляд практичних вправ.

Лекція 3.

9.00–9.20 – *теоретична частина*: щоденні економічні газети Франції (тема 3а, розділ другий). (Зразки видань можна отримати в ІМІ).

9.20–9.40 – стажери обговорюють ситуацію із щоденними спеціалізованими виданнями в Україні.

9.40–10.00 – *теоретична частина*: економічний факт у газеті (тема 12, розділ другий).

10.00–10.30 – *практична вправа*: в колонці «Факт», наприклад, газети «Молодь України», знайти економічне повідомлення, переписати його згідно із щойно роз'ясненими нормами.

11.30–11.40 – перерва на каву.

11.40–12.00 – розгляд вправ.

12.00–12.30 – *практична вправа*: на основі прес-релізу написати факт до газети.

12.30–12.40 – перерва на каву.

12.40–13.00 – розгляд вправ.

13.00–15.00 – перерва на обід.

15.00–15.20 – *теоретична частина*: розширена економічна інформація (тема 12, розділ другий).

15.20–15.50 – *практична вправа*: на базі повідомлення агентства написати розширену інформацію.

15.50–16.10 – розгляд вправи.

16.10–16.40 – *практична вправа*: в розширеній інформації з «Урядового кур'єра» знайти жанрові помилки, переписати.

16.40–17.00 – розгляд вправи.

Лекція 4.

9.00–9.20 – *теоретична частина*: щотижневий й щодвотижневий економічні видання Франції (тема 3б, розділ перший)

9.20–9.40 – обговорення ситуації з однотипною пресою в Україні.

9.40–10.00 – *теоретична частина*: звіт на економічну тему.

10.00–10.30 – коротка **прес-конференція** або спеціаліста КМ, або депутата з економічної комісії ВР, або вченого-економіста (звіт вимагає присутності на місці події!).

10.30–11.00 – *практична справа*: написати звіт з реальної прес-конференції.

11.00–11.10 – перерва на каву.

11.10–11.40 – розгляд справи.

11.40–12 10 – *практична справа*: знайти помилки в обраному з української газети звіті. Запропонувати, як було б краще його перекомпонувати.

12 10–12.20 – перерва на каву.

12.20–13.00 – розгляд справи.

13.00–15.00 – обід.

15.00–15.20 – *теоретична частина*: економічний репортаж (тема 15, розділ другий).

15.20–16.50 – *практична справа*: міні-репортаж на будь-якому підприємстві.

16.50–17.00 – усне обговорення побаченого й почутого. Поради викладача, як писати репортаж з цієї фірми, стажери пропонують можливі ключі подання.

Завдання на завтра: написати короткий репортаж (три-чотири абзаци).

Лекція 5.

9.00–9.10 – стажери здають готові репортажі викладачеві.

9.10–9.30 – *теоретична частина*: економічні щомісячні журнали у Франції (тема 3в, розділ перший).

9.30–9.50 – обговорення ситуації з відповідною друкованою продукцією в Україні.

9.50–10.00 – перерва на каву.

10.00–10.20 – *теоретична частина*: інтерв'ю на економічну тему (тема 16, розділ другий).

10.20–10 50 – коротка **прес-конференція**, основну інформацію з якої треба викласти у формі інтерв'ю (прес-конференцію відразу треба побудувати у формі запитань і відповідей, без довгого вступного монологу гостя).

10.50–11 20 – *практична справа*: написання інтерв'ю (на три-чотири запитання-відповіді) на матеріалі прес-конференції.

11.20–11 30 – перерва на каву.

11.30–12.00 – обговорення репортажів, написаних студентами.

12.00–13 00 – колективне редагування інтерв'ю.

13.00–15.00 – обід.

15.00–15.20 – *теоретична частина*: економічний коментар (тема 17, розділ другий).

15.20–15.40 – обговорення, наскільки цей жанр присутній сьогодні в українській пресі (зокрема, у виданнях, де працюють учасники семінару).

15.40–16.00 – *практична вправа*: запропонувати теми з української дійсності, що гідні коментарю.

16.00–17.00 – викласти коментар за обраною темою на два абзаци

Лекція 6.

9.00–9.30 – обговорення коментарів, які стажери склали й подали викладачеві напередодні.

9.30–10.00 – *теоретична частина*: газета як комерційний продукт (тема 4, розділ перший).

10.00–10.20 – обговорення ситуації з продажем газет в Україні.

10.20–10.30 – перерва на каву.

10.30–11.00 – *теоретична частина*: аналітична стаття (тема 18, розділ другий).

11.00–11.30 – *практична вправа*: визначити, чи відповідає запропонована публікація критеріям аналітичної статті. Чому?

11.30–11.40 – перерва на каву.

11.40–12.00 – продовження *теоретичної частини* за темою «Аналітична стаття».

12.00–12.30 – *практична вправа*: для щойно розглянутої публікації запропонувати інший план викладу.

12.30–13.00 – колективне обговорення вправи.

13.00–15.00 – обід.

15.00–15.30 – обговорення того, яким чином аналітична стаття представлена на сторінках видань, де працюють учасники семінару.

15.30–16.00 – стажери ставлять питання викладачеві за тими жанрами, які вже вивчено, аби уточнити можливі незрозумілості.

16.00–16.30 – *практична вправа*: стажери мають запропонувати, чим і де можна краще доповнити статтю, яку вже розглядали цього дня.

16.30–17.00 – розгляд вправи.

Лекція 7.

9.00–9.20 – *теоретична частина*: теорія дистрибуції газетної продукції у Франції (тема 4, розділ 1).

9.20–9.40 – обговорення відповідної ситуації в Україні.

9.40–10.00 – *теоретична частина*: жанр журналістського розслідування (тема 18, розділ другий).

10.00–10.30 – *практична справа*: знайти жанрові помилки в запропонованій публікації з української преси.

10.30–10.40 – перерва на каву.

10.40–11.00 – обговорення справи.

11.00–11.20 – обговорення того, яким чином жанр розслідування присутній в українській пресі, у виданнях, де працюють учасники семінару. Якого типу розслідування бракує?

11.20–11.40 – *теоретична частина*: теорія заголовка (тема 20, розділ другий).

11.40–12.00 – *практична справа*: підібрати заголовки для повідомлення агентства.

12.00–12.10 – перерва на каву.

12.10–12.30 – розгляд справи.

12.30–12.50 – *практична справа*: запропонувати заголовок для розширеного повідомлення з газети.

12.50–13.00 – колективне обговорення справи.

13.00–15.00 – обід.

15.00–15.30 – *практична справа*: запропонуйте мотивуючий заголовок для конкретної публікації з української преси.

15.30 – 15.50 – обговорення справи.

15.50–16.20 – *теоретична частина*: підзаголовки (тема 21, розділ другий).

16.20–16.40 – *практична справа*: запропонуйте, які можна додати підзаголовки до конкретної статті з української преси.

16.40–17.00 – розгляд справи.

Лекція 8.

9.00–9.20 – *теоретична частина*: економічна залежність преси від реклами у Франції (тема 5, розділ 1).

9.20–9.40 – рекламний ринок в Україні: обговорення ситуації з учасниками семінару.

9.40–10.00 – *теоретична частина*: вріз (тема 22, розділ 2).

10.00–10.30 – *практична справа*: знайти жанрові помилки у запропонованій публікації з української преси.

10.30–10.40 – перерва на каву.

10.40–11.00 – обговорення справи.

11.00–11.30 – *практична справа*: написати вріз до конкретної публікації.

11.30–11.50 – обговорення справи.

11.50–12.00 – перерва на каву.

12.00–12.40 – *практична вправа*: до запропонованого тексту знайти заголовок, вріз, підзаголовки.

12.40–13.00 – розгляд вправи.

13.00–15.00 – обід.

15.00–15.20 – *теоретична частина*: зачин (тема 23, розділ другий).

15.20–15.50 – *практична вправа*: переробити перше речення до запропонованого тексту.

15.50–16.10 – колективне обговорення вправи.

16.10–17.00 – для пропонуваного тексту знайти заголовок, вріз та зачин.

Лекція 9.

9.00–9.30 – обговорення практичного завдання, яке стажери здали напередодні.

10.30–10.40 – перерва на каву.

10.40–11.00 – *теоретична частина*: закінчення тексту (тема 24, розділ другий).

11.00–11.30 – *практична вправа*: написати закінчення для запропонованого інформаційного тексту.

11.30–11.50 – розгляд вправи.

11.50–12.00 – перерва на каву.

12.00–12.30 – *практична вправа*: написати два можливі завершення до аналітичного тексту, що пропонується.

12.30–13.00 – розгляд вправи.

13.00–15.00 – обід.

15.00–15.20 – *теоретична частина*: вставки (тема 25, розділ другий).

15.20–16.00 – *практична вправа*: у розгорнутій економічній публікації запропонувати, що варто було б винести у вставки.

16.00–16.20 – обговорення вправи.

16.20–16.40 – *практична вправа*: продовжуючи попереднє завдання, написати одну з можливих вставок на вибір.

16.40–17.00 – обговорення вправи.

Лекція 10.

9.00–10.00 – відповіді викладача на питання стажерів; поглиблений розгляд будь-якої з тем, за бажанням учасників семінару.

10.00–10.10 – перерва на каву.

10.10–10.30 – останнє завдання: участь у навчальній прес-конференції будь-якого спеціаліста з економіки.

ЧЕТВЕРТИЙ РОЗДІЛ

КОМПЛЕКТ ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ТРЕНІНГІВ

До лекції 1 (за темою «Основне повідомлення»)

1. Знайти в цій конкретній публікації одного з українських видань основне повідомлення й виписати його одним реченням.

БЕЗ ГАРАНТУ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ Й РОСІЇ ПОГІРШИТЬСЯ

Відставка голови правління НАК «Нафтогаз України» Юрія Бойка зашкодить україно-російському співробітництву в енергетичній сфері. Так прокоментував заяву прем'єра Юлії Тимошенко про можливе звільнення Юрія Бойка глава Центру обробки енергетичної інформації, головний редактор щотижневика «Енергобізнес» Олексій Чернявський. Він вважає, що демонстративно публічне звільнення Бойка може бути розцінене в Росії як тенденція до погіршення україно-російського співробітництва. Особливо різку реакцію, на його думку, може викликати той факт, що кадрова перестановка може відбутися в період сезонних пікових навантажень на газотранспортну систему, коли експортні контракти російських енергетичних гігантів мають стратегічне значення для російської влади. «У них 80% транзиту в Україні і Бойко – гарант стабільності. Якщо знімуть, поставлять в.о., потім епопея з конкурсом, почнеться кадрова чехарда», – відзначив він. Експерт також підкреслив, що багато в чому енергетичне співробітництво України із країнами СНД, зокрема, з Росією й Туркменістаном будувалося не в останню чергу на особистому авторитеті Бойка. Чернявський вважає, що призначений політичним рішенням новий глава НАК може не одразу знайти спільну мову з керівництвом «Газпрому», «Транснафти», і особливо главою Туркменістану Сапармуратом Ніязовим. «Між НАКом й «Газпромом» вперше відносини можна назвати стабільно нормальними, з'явилася довіра. Призначення нової людини переведе їх в іншу площину. Якою вона буде – невідомо, а у нас в розпалі опалювальний сезон. З Туркменістаном ще складніше – щоб там працювати, треба добре розбиратися в специфіці Сходу», – сказав він. Чернявський також побоюється, що можлива відставка Бойка надовго відстрочить реалізацію проекту газового консорціуму й будівництво на території України додаткових транзитних потужностей. «Може знизиться роль транзитного потенціалу» – сказав керівник Центру обробки енергетичної інформації.

2. Пропонуються три економічні повідомлення агентства, треба вибрати для газети тільки одне (брак місця). Обґрунтувати вибір правилом наближення інтересів.

ПІДГОТОВКА ДО ПОВТОРНОГО ПРОДАЖУ
«КРИВОРІЖСТАЛІ» РОЗПОЧАЛАСЯ

[02.03.2005 15:40] UNIAN

Прем'єр-міністр України Юлія ТИМОШЕНКО заявляє, що підготовка до нового конкурсу по «Криворіжсталі» фактично розпочалася. Про це вона заявила сьогодні журналістам у Києві. «Є рішення Верховного Суду, яке практично визнало цей продаж незаконним», – сказала прем'єр. Вона зазначила, що після цього рішення вже стартували процедури підготовки до нового конкурсу. Як повідомляв УНІАН, 1 березня Верховний Суд України відмінив рішення Верховного господарського суду України, яке підтверджує право власності консорціуму «Інвестиційно-металургійний союз» на акції ВАТ «Криворіжсталь», і направив справу на розгляд до суду першої інстанції. Генеральна прокуратура України подала до Верховного Суду України касаційне подання з вимогою відмінити ухвалу Вищого господарського суду України, яка підтверджує право власності консорціуму «Інвестиційно-металургійний союз» на акції ВАТ «Криворіжсталь». Довідка УНІАН. Президент України Віктор ЮЩЕНКО неодноразово заявляв, що держава має намір переглянути результати приватизації металургійного комбінату «Криворіжсталь». Переможцем конкурсу з продажу меткомбінату визнано «Інвестиційно-металургійний союз», створений українськими бізнесменами Віктором ПІНЧУКОМ (власник групи «Інтерпайп») і Рінатом АХМЕТОВИМ (президент ЗАТ «СКМ»), який 14 червня 2004 року придбав контрольний держпакет ВАТ «Криворіжсталь». Переможець заплатив за 93,02-процентний держпакет 4 млрд. 260 млн. грн. за стартової ціни 3,8 млрд. грн. При проведенні конкурсу, і після оголошення його результатів експерти і депутати заявляли про те, що його умови були дискримінаційними і «прописаними під конкретного покупця». Внаслідок цього, вважають експерти, підприємство було продане на неконкурентних умовах, і бюджет втратив суттєву суму надходжень. Так, не допущене до конкурсу «Іспат вугілля» (представляє інтереси LNM Group і корпорації US Steel) заявляло, що має намір заплатити за пакет 7,95 млрд. гривень (1,501 млрд. дол.), а російське ВАТ «Северсталь» (представляє інтереси консорціуму «Северсталь», Arcelor і Severstal North America) – 1 млрд. 200 млн. доларів. Створений з метою управління активами корпорації Консорціум «Індустріальна група», створений корпорацією «Індустріальний союз Донбасу» для участі в конкурсі щодо «Криворіжсталі», подав заявку на участь у конкурсі, був допущений до участі, проте запропонував меншу, ніж переможець, суму – 4 млрд. грн.

НАЦБАНК ВІДМІНИВ 2%-Й ВАЛЮТНИЙ КОРИДОР

[28.02.2005 12:15] UNIAN

Міністерство юстиції України 23 лютого зареєструвало постанову Національного банку України про відміну 2%-го обмеження відхилення курсу купів-

лі-продажу готівкової валюти від офіційного. Про це повідомляється на сайті Верховної Ради. Згідно з повідомленням, правління НБУ прийняло Постанову «Про внесення змін до Інструкції про порядок організації і здійснення валютно-обмінних операцій на території України». Постанова набуде чинності через 10 днів після її реєстрації в Мінюсті. Як повідомлялося, з 15 жовтня 2004 року НБУ ввів норму, відповідно до якої курс купівлі і продажу іноземних валют не міг відхилятися більш ніж на 2% від встановленого НБУ офіційного курсу гривні до іноземних валют першої групи класифікатора.

УКРАЇНА І ГРУЗІЯ СТВОРЯТЬ ЕНЕРГЕТИЧНІ КОРИДОРИ

[28.02.2005 11:20] UNIAN

Прем'єр-міністр України Юлія ТИМОШЕНКО, відкриваючи сьогодні у Києві засідання 5-ї спільної міжурядової українсько-грузинської комісії з питань економічного співробітництва, заявила про намір обговорити питання створення енергетичних коридорів. Як передає кореспондент УНІАН, вона сказала: «Будівництво нафтопроводів – одна з важливих складових нашого співробітництва». За словами Ю.ТИМОШЕНКО, для України також буде дуже корисним досвід Грузії по вступу до Світової організації торгівлі. Крім того, прем'єр висловила переконання, що спільна комісія має підготувати декілька документів для підписання на рівні президентів під час візиту до України Президента Грузії Михайла СААКАШВІЛІ. «Щоб цей візит був наповнений дуже серйозним змістом», – підкреслила Ю.ТИМОШЕНКО. Вона також зазначила, що відносини між Україною і Грузією завжди будуть особливими. «Ми сприймаємо вас як друзів, як людей, які підтримали нас у найскладніший період», – сказала український прем'єр. За її словами, якби у залі, де відбувається засідання комісії, були присутні люди, що стояли на майданах, грузинські високотисячовці почули б дуже багато найтепліших слів. Як повідомляв УНІАН, в Україні з візитом перебуває прем'єр-міністр Грузії Зураб НОГАДДЕЛІ.

3. До тексту з української газети знайти вправний початок, визначивши основне повідомлення та застосовуючи правило наближення інтересів.

ЩО ЗАПРОПОНУВАТИ ІНВЕТОРУ?

«Третій тур» президентських виборів і обрання на пост Президента України Віктора Ющенка стали причиною особливої уваги до України у світі, зокрема й великих портфельних інвесторів.

Підтвердженням тому стала і Перша міжнародна конференція інвесторів «Україна: зміни на краще, зміни назавжди», яка проходила

15–16 лютого 2005 року в Києві та Дніпропетровську. На першому засіданні в Києві зал Міжбанківської валютної біржі був переповнений. Його аудиторія складалася з дуже серйозних фінансистів. Такої кількості й рівня керуючих інвестиційних фондів, банкірів і фінансових аналітиків з-за кордону Україна ніколи ще не бачила. Отже, інтерес виявлено — портфельний інвестор повірив у нас. Чи зможемо ми повною мірою реалізувати свій потенціал?..

На хвилі політичних змін у нашій країні за рубежом формуються великі фонди портфельних інвестицій під Україну. Це надзвичайно важливо. Подібні фонди готові платити за невеликі пакети акцій великих українських емітентів справедливо високу ціну. Вони ж протягом двох-трьох років здатні створити прозорий і ліквідний ринок українських акцій зі своєю історією та реальною вартістю компаній. Через кілька років створювані нині українські недержавні пенсійні фонди та державний накопичувальний пенсійний фонд зможуть працювати в зовсім іншому, значно сприятливішому ринковому середовищі. Підвищиться рівень корпоративної культури, виникнуть передумови для прозорості та принципово іншої якості управління підприємствами. Стануть кращими умови для отримання позик, розміщення корпоративних боргових паперів і додаткових випусків акцій українськими компаніями як усередині країни, так і на світових фінансових ринках.

Інтерес інвесторів до українського фондового ринку вже має своє реальне вираження. Тенденція прискорення зростання цін на українські акції проявилася ще в грудні минулого року і триває по сьогодні. Різко зріс попит. Пропозиція ж поки залишається на колишньому рівні. Якщо зараз уряд нічого не зробить, то через якийсь час інтерес може згаснути і портфельні інвестори змушені будуть істотно змінити свої серйозні плани з купівлі українських цінних паперів.

Уникнути такого негативного повороту подій можна лише шляхом значного збільшення пропозиції акцій. Це може зробити, причому досить швидко, уряд разом із Фондом держмайна. Необхідно кардинально змінити ідеологію приватизації, що мала місце останні три-чотири роки. Коли майно розпродували стратегічним інвесторам, як правило, непрозоро і за цінами, значно нижчими від справедливих. Інший, альтернативний підхід, який бачиться доцільним у нинішній ситуації, — реалізувати пакети акцій (від 10–15% до 49%), привабивши для портфельних інвесторів, шляхом продажу на відкритому ринку, зберігши при цьому контрольний пакет за державою (там, де він ще є).

Протягом одного-двох місяців можна збільшити пропозицію акцій за рахунок підприємств, частину акцій яких уже продано стратегічним інвесторам, але значна їхня частка ще перебуває у власності держави (наприклад, компанії

електроенергетичного сектора). Те ж стосується компаній, приватизацію яких почали, але пакети стратегічним інвесторам не пропонували («Укртелеком»).

Доцільно було б продати портфельним інвесторам, скажімо, від 10% до 40% акцій підприємств, які і за державної форми власності працюють досить ефективно (як, наприклад, Одеський припортовий завод). Це не тільки сприятиме розвитку фондового ринку, а й створить додатковий контроль із боку професійних портфельних інвесторів за підприємствами з переважною часткою державної власності. Можливий також продаж об'єктів з числа державних холдингів, які раніше не виставляли на продаж, або державних холдингових компаній повністю (наприклад, НАК «Нафтогаз України»).

Ринок поповниться і за рахунок обмеженого числа підприємств, результати приватизації яких уряд має намір переглядати. У цьому разі слід переоцінити частку сьогоднішніх власників, залишити за державою контрольний пакет (51% акцій підприємства), решту продати портфельним інвесторам. Втім, якщо кількість подібних підприємств переважить за сотню і більше – це буде негативним сигналом для інвесторів.

Уряду не обійтися без роботи з фінансово-промисловими групами України. Досі останні не мали потреби в залученні коштів. Їхнім основним інвестиційним джерелом була «мінімізація» оподаткування. Але якщо змусити ФПГ працювати в звичайних рамках, то необхідність подальшого розвитку поставить перед ними питання ресурсів. І вони почнуть активно виходити і на ринок запозичень, і на фондовий ринок. У ФПГ існують альтернативи – вони можуть дістати кошти шляхом залучення кредитів, випуску облігацій (розміщуваних як на світовому, так і на внутрішньому ринку) і шляхом додаткової емісії акцій. Випуск цінних паперів (акцій і облігацій) створить додаткову пропозицію для вітчизняних і закордонних інвесторів.

Зміна пріоритетів приватизації зі стратегічних покупців на портфельних (із реалізацією їм до 49% акцій підприємств) пов'язана з необхідністю вирішення державою питання управління підприємствами. Це важливе питання, але аж ніяк не проблема. Щоб це зрозуміти, досить звернутися до світового досвіду управління корпораціями. Існує інституція управляючих компаній. Управляючі компанії – це спеціалізовані організації, що складаються з фахових висококваліфікованих менеджерів, які спеціалізуються на управлінні промисловими підприємствами чи підприємствами сфери послуг. Можна провести відкриті прозорі тендери серед українських і західних управляючих компаній і віддати в управління кращим із таких компаній українські підприємства, частину акцій яких продано портфельним інвесторам, а контрольний пакет належить державі. При цьому одним із головних критеріїв оцінки успішності роботи управляючої компанії стала б капіталізація підприємств, отриманих

у управління. Якщо вона зростає, то підприємство працює успішно. Своєрідним додатковим контролером управляючих компаній стануть ті ж професійні портфельні інвестори. Подібна цивілізована система управління не лише збільшить вартість держвласності, а й дозволить на якийсь час залишити за державою контрольні пакети.

Продаючи за ринковими справедливими цінами до 49% акцій портфельним інвесторам, держава на кілька років вирішує питання наповнення бюджету. Крім того, з'являється можливість концептуально змінити схему управління держвласністю. Вже через 3–4 роки можна буде робити подальші кроки: чи то продавати далі, чи то проводити додаткову емісію акцій. Але це вже питання наступних ітерацій дій уряду.

Наповнивши ринок акціями, Україна матиме можливість за короткий проміжок часу отримати справжній зрілий фондовий ринок. Перевагу його ми повною мірою відчуємо в процесі становлення недержавної та державної накопичувальної пенсійної системи. Щоб десятки мільярдів доларів пенсійних грошей реально в майбутньому почали працювати на розвиток країни, необхідно сьогодні й негайно вирішувати завдання формування фондового ринку шляхом утилізації колосальної енергії помаранчевої революції.

До лекції 2

(За темою «Ключ подачі економічного тексту»)

1. Запропонуйте три можливі ключі подання до наступної публікації.

ХТО КУПИТЬ «АВАЛЬ»?

Один із найбільших банків України «Аваль» (входить до п'ятірки найпотужніших) змінить власників. Про це заявили його акціонери. В банку зазначають: щонайменше шість великих західних банківських структур запропонували «Авалю» купити пакет його акцій аж до купівлі банку загалом.

Серед імовірних покупців називають такі потужні структури, як австрійський Raiffeisen Bank, італійський UniCredit Banca та французький Societe Generale.

Саме керівництво банку зауважує, що це буде не звичайний продаж, а вливання серйозних інвестицій, щоб укріпити позиції банку на українському ринку.

– Я хотів би правильно розставити акценти: йдеться не про звичайний продаж, а про пошук інвестора. Ми працюватимемо з великим іноземним банком, аби через рік-два наша частка на українському ринку досягла 20-25%, – зауважив солова правління АППБ «Аваль» Олександр Держач.

Водночас впливове видання «Деловая столица» зазначає, що про нагальне

вливання коштів не йдеться, та й іноземні банки навряд чи поспішатимуть укладати угоду. Згідно з прогнозами, продаж відбудеться не швидше ніж у грудні 2005 року. Експерти оцінюють імовірну ціну продажу в суму 400-600 мільйонів доларів США.

Відкритим залишається також питання, якими частками продаватимуть банк. Думки експертів щодо цього розходяться. Одні вважають, що буде продано невеликий пакет акцій – 20-25%, інші ж вважають, що банк продадуть повністю. Та й самі представники «Авалю» заявляють, що ще не визначилися.

– Яку частину акцій може бути продано, залежить від багатьох чинників, зокрема ціни, умов і часу, – зауважив Олександр Деркач.

Водночас, «Деловая столица» зазначає, що всі три потужні банки, яких називають як імовірних покупців «Авалю», – не новачки на українському фінансовому ринку. Raiffeisen Bank має свою «дочку» в Україні – «Райффайзенбанк (Україна)», яка доволі успішно тут працює. Натомість досвід французів та італійців не настільки вдалий.

Дочірня структура Societe Generale (Франція) пропрацювала в Україні з 1996 до 2001 року, після чого покинула ринок. Банк продали групі ТАС і його перейменували на ТАС-Інвестбанк. Подійкували, що причиною продажу стали надзвичайно низькі доходи, які отримував ЗАТ «Сосьєте Женераль (Україна)».

Натомість італійці свого дочірнього банку в Україні не відкривали, але контролюють луцький банк «Пекао (Україна)». Його зареєстровано як банк зі стовідсотковим польським капіталом, але цим акціонером є Peкао S. A. (Варшава), який входить у групу UnicreditItaliano, в складі котрої є UniCredit Banca. Щоправда, на відміну від материнського банку, з 1997 року «Пекао» в рейтингу українських банків наразі залишається за межами першої сотні.

Зауважимо, що французи давно планують повернутися в Україну. Останнім часом посилено мусуються чутки, що Societe Generale має намір відкрити свою «дочку».

Найімовірніше, відповіді на всі запитання ми отримаємо в середині року, коли переговори щодо продажу вийдуть в активну стадію.

2. В наданому тексті викреслити зайві терміни: якщо треба, замінити їх зрозумілими словами. Виділити основне повідомлення.

З 17 СІЧНЯ ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ ЛИШЕ НОВІ ЗАСОБИ КОНТРОЛЮ РРО, КОРО ТА РК

З 17 січня 2005 року для опломбування РРО, КОРО і РК необхідно використовувати виключно нову форму засобу контролю. Додатковим засобом контролю є корінець цього засобу контролю.

ДПАУ повідомила, що з 17 січня 2005 року для опломбування РРО, книг обліку розрахункових операцій і розрахункових книжок необхідно використовувати виключно нову форму засобу контролю, яка визначена Наказом ДПАУ від 01.11.2004 р. №626 «Про затвердження форми засобу контролю підвищеного рівня захисту». Неприємність полягає в тому, що до появи цього листа пунктом 5 іншого наказу ДПАУ було передбачено, що попередні засоби контролю є дійсними до їх повного використання. Горе тим, хто в це повірив. А тому тим підприємцям, які придбали книги обліку розрахункових операцій і розрахункові книжки зі старими засобами контролю, просто відмовляють в реєстрації у податкових інспекціях.

Таким чином, зовнішній вигляд та зміст пломб змінюється вже утретє. Першого разу, восени 2002 року, були визнані нечинними засоби контролю круглої форми золотого кольору, а потім, у листопаді 2003 року, було запроваджено нову форму пломб – квадратну серії ББ. Крім того, з червня 2004 року за наказом ДПАУ від 28.04.2004 р. №248 на книжки розрахункових квитанцій почали ставити пломби квадратної форми серії РА.

Приємно з цього лише те, що нові засоби контролю стали більш захищеними (кількість рівнів захисту збільшено вдвічі – з 6 до 12. Щоправда, і старі засоби контролю фальшивими мало хто бачив), а головне, і для РРО, і для розрахункових книжок, і для книг обліку розрахункових операцій засоби контролю тепер єдині. Нові засоби контролю мають перфорацію посередині для розриву. Крім того, додатковим засобом контролю є корінець цього засобу контролю. ДПАУ пропонує корінець засобу контролю установлювати у нижньому лівому куті останньої сторінки книги обліку розрахункових операцій, на відірвну частину першої розрахункової квитанції розрахункової книжки, а корінці обох засобів контролю, якими було опломбовано РРО, установлюються у верхньому правому куті примірника довідки про опломбування.

3. На основі тексту прес-релізу Інституту Євроатлантичного співробітництва вибрати те, що може бути темою повідомлення для агентства. Сформулювати основне повідомлення.

НОВА УКРАЇНА В ОНОВЛЕНІЙ ЄВРОПІ

Прес-служба ІЄАС

Цій актуальній проблемі зовнішньої політики Української держави була присвячена публічна дискусія за «круглим столом», яку ІЄАС провів у контексті своєї інформаційно-просвітницької діяльності.

Це 30-й регіональний захід Інституту впродовж останніх трьох років.

Учасники дискусії розглянули стан розвитку відносин України і Євросоюзу та

НАТО, перспективи вступу нашої держави до Альянсу та ЄС, а також вплив європейського та євроатлантичного інтеграційних процесів на соціально-економічну ситуацію на Закарпатті.

У представницькому заході, як передбачається програмою, взяли участь міністр закордонних справ України, директор ІЄАС Борис ТАРАСЮК, директор Представництва Фонду ім. Конрада Аденауера в Україні Ральф ВАКСМУТ, голова Закарпатської обласної державної адміністрації Віктор БАЛОГА, голова Закарпатської обласної ради Микола АНДРУСЬ, директор Регіонального філіалу Національного інституту стратегічних досліджень в місті Ужгороді Світлана МІТРЯЄВА, постійний представник посольства Федеративної Республіки Німеччина в Україні Йоганнес РЕГЕНБРЕХТ, Надзвичайний і Повноважний Посол Угорської Республіки в Україні Янош ТОТ, Надзвичайний і Повноважний Посол Словацької Республіки в Україні Урбан РУСНАК, Посол з особливих доручень МЗС України Анатолій ПОНОМАРЕНКО, заступник директора Інституту досліджень проблем міграційної політики України генерал-майор Віктор ЧУМАК, начальник Управління євроатлантичного співробітництва МЗС України Віктор НІКІТЮК, заступник начальника Управління євроатлантичного співробітництва Генштабу ЗС України полковник Ігор КОЗІЙ, експерт Інституту Євроатлантичного співробітництва Володимир ГОРБАЧ, відомий тележурналіст Євген ГЛІБОВИЦЬКИЙ. Активними учасниками вільного обміну думками будуть також інші VIP, аналітики, місцеві та столичні журналісти.

Підсумки публічних дебатів на актуальну тему, винесену в назву «круглого столу», будуть широко висвітлені в національних та регіональних ЗМІ.

4. Переписати правильно лід у запропонованому повідомленні агентства.

В УКРАЇНІ ІСНУВАТИМУТЬ МІСЦЕВІ «ОФШОРИ»

Про це 3 березня заявив журналістам міністр економіки Сергій Терьохін.

Терьохін підкреслив, що «ми хочемо відкрити економіку. Неможливо, щоб в Україні одним підприємствам було краще, а іншим гірше. Податки повинні бути низькими, але їх повинні платити всі».

Міністр також вважає, що необхідно скасувати всі пільги з непрямих податків.

«Ми пропонували підійти так — ніяких пільг з ПДВ, акцизів та імпортних тарифів. Ми знижуємо ці три позиції, крім акцизів на тютюн і алкоголь, але при цьому ми залишаємо ті привілеї, що були в підпри-

ємств з корпоративними умовами оподаткування, зокрема, щодо землі і ресурсів», – відзначив Тербохін, додавши, що 3 березня Мінекономіки представить у парламенті нові розміри імпортного мита, знижені за деякими позиціями у 8 разів.

В Україні існуватимуть вільні економічні зони (ВЕЗ) і території пріоритетного розвитку (ТПР), але відтепер вони не будуть використовуватися для того, щоб «ламати загальний економічний лад».

Слід зазначити, що на початку лютого 2005 року міністр економіки заявляв, що вільних економічних зон і території пріоритетного розвитку в Україні не буде.

Зараз в Україні існує 11 ВЕЗ, на територіях яких підприємства користуються низкою податкових і митних пільг. Зокрема, до таких пільг відносяться безмитний ввіз устаткування, звільнення від оподаткування прибутку й інвестицій, звільнення від плати за землю і зборів у бюджетні фонди. Однак останнім часом особливо гостро постало питання, чи дійсно такі «тепличні» умови сприяють розвиткові інноваційного і виробничого потенціалу України

5. На основі прес-релізу скласти лід і сублід.

**«ОПОДАТКОВУВАТИ ДОХОДИ ВІД ВКЛАДІВ НАСЕЛЕННЯ
ЕКОНОМІЧНО НЕДОЦІЛЬНО І ПОЛІТИЧНО
БЕЗВІДПОВІДАЛЬНО», – СТВЕРДЖУЄ ПРЕЗИДЕНТ АУБ**

*Прес-служба
Асоціації українських банків*

«Для швидкого збільшення доходів та виконання зобов'язань щодо підвищення соціального захисту рекомендувати уряду запровадити податок на доходи від депозитних вкладів» – це одна з пропозицій «круглого столу» на тему «Шляхи вирішення проблеми «Бюджет-2005»: технічні зміни чи радикальний перегляд», який пройшов у Києві з ініціативи Інституту економічних досліджень та політичних консультацій і Німецької консультативної групи з питань економічних реформ. У «круглому столі» брали участь представники Бюджетного Комітету ВРУ, Міністерства фінансів, Міністерства економіки, НБУ, Світового банку, МВФ тощо.

Таким чином в урядових колах почали знову лобювати ідею запровадження оподаткування доходів громадян від депозитних вкладів у банках, скасування якого з такою наполегливістю домагалися НБУ, АУБ та комерційні банки.

«Асоціація українських банків, виступаючи проти зняття мораторію,

захищала не інтереси банків. Вона захищала інтереси і економіки, і вкладників. Причому, не тільки тих, хто сьогодні вже є вкладниками банків, але і їх потенційних вкладників, які сьогодні мають на руках грошовий ресурс і гривневий, і в іноземній валюті», – наголошує Президент АУБ Олександр Сугоняко.

Загальна сума вкладів фізичних осіб в Україні станом на 01.01 2005 року становила лише 41,2 млрд. грн., що у 8 разів менше порівняно з 1991 роком. Понад 42,3 млрд. грн. готівки знаходиться поза банками та, за різними даними, від 15 до 20 млрд. дол. США – на руках у населення. Ці кошти мають бути залученими у банківську систему для того, щоб задовольняти потреби економіки і населення в кредитах.

За словами Олександра Сугоняко, позиція Асоціації виходить з того, що Україна з усіх колишніх радянських республік втратила найбільше грошових ресурсів після розвалу Радянського Союзу. В кінці 1990-го року, ще в складі Радянського Союзу, грошові кошти вкладів населення були забрані до російського Ощадбанку, який сьогодні має 60% вкладів населення проти 9% Ощадбанку України. Крім того, у 1993-му і 1994-му році Україна постраждала від гіперінфляції, яка за масштабами була аналогічною після 1-ї і 2-ї Світової у Німеччині, і після 2-ї Світової війни у Японії.

«Фактично, вкладів населення як ресурсу у нас не було в 90-х роках. Станом на 1 січня 1999 року депозитні вклади населення склали всього 3,3 млрд. гривень. Це в 100 разів менше, ніж сума вкладів яка була на кінець 1990 року. Сьогодні вклади населення швидко зростають, але ресурси для кредитування економіки дуже малі. І не можна подавати ніяких негативних сигналів на депозитному ринку, щоб не змінити ту позитивну тенденцію збільшення вкладів, яка має місце в останні роки, на негативну», – стверджує Олександр Сугоняко.

Нещодавнє прийняття Верховною Радою України рішення про продовження мораторію на оподаткування доходів громадян від депозитних вкладів у банках було знаковим, – вважає Президент АУБ. На його переконання, цей крок посилив довіру суспільства до банківської системи, що створило сприятливі умови для активного вкладання населенням своїх заощаджень на депозитні рахунки в банках та виведення коштів з тіні.

Позиція Асоціації така: оподатковувати вклади потрібно, але запроваджувати оподаткування можна лише тоді, коли сума вкладів населення в банківську систему країни відновилася б принаймні до половини тієї суми, яка була в кінці 1990 року. А взагалі, починати оподатковувати вклади було б доцільно в той момент, коли депозитний ринок відновиться до рівня 1990 року. В такій позиції є економічна доцільність, – стверджують в АУБ.

До лекції 3 (за темою «Економічний факт і розширене повідомлення в газеті»)

1. Практична вправа: переписати факт з колонки новин будь-якої української газети згідно з щойно роз'ясненими правилами.

БУЛАВА БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО ПОВЕРНЕТЬСЯ В УКРАЇНУ

Прем'єр-міністр України Юлія ТИМОШЕНКО заявляє про можливість повернення в Україну булави українського гетьмана Богдана Хмельницького. Як передає кореспондент УНІАН, про це вона заявила на брифінгу по завершенні переговорів з прем'єр-міністром Польщі Марекком БЕЛЬКОЮ, який перебуває з візитом у Києві. «Україна, я думаю, зможе отримати булаву Б.Хмельницького», – сказала український прем'єр. Вона зазначила, що під час сьогоднішніх переговорів була порушена тема культурного обміну. Як відомо, булава, що належала гетьманові Богдану Хмельницькому, є власністю Музею Війська польського у Варшаві.

2. На основі прес-релізу написати факт до газети.

УКРАЇНА Й ПОЛЬЩА ПРАГНУТЬ РОЗВИВАТИ ЕКОНОМІЧНЕ ТА ЕНЕРГЕТИЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО

04.03.2005

Прес-служба Кабінету міністрів

Прем'єр-міністр України Юлія Тимошенко провела зустріч з Головою Ради Міністрів Республіки Польща Марекком Белькою, який перебуває в Україні з робочим візитом. Під час зустрічі керівники урядів України та Польщі обговорили ключові питання двостороннього співробітництва у торговельно-економічній, енергетичній, соціальній та культурній сферах, а також транспортній галузі.

Юлія Тимошенко подякувала польській стороні за вагомий внесок у справу забезпечення перемоги демократії в Україні. Стратегічне партнерство між Україною і Польщею вже вийшло за рамки суто двосторонніх відносин, воно справляє великий вплив на політику у регіоні Центральної і Східної Європи, – вважає керівник українського уряду.

Прем'єр-міністр України також висловила вдячність польським партнерам за конструктивну позицію в справі пошуку консенсусу серед західноєвропейських країн щодо перспектив приєднання України до ЄС, а також за підтримку у

питанні надання Україні статусу країни з ринковою економікою та процесі вступу до Світової організації торгівлі.

За словами Юлії Тимошенко, головна мета сьогоднішніх переговорів – докласти максимум зусиль для активізації економічного співробітництва між двома країнами. Глава уряду України зазначила, що за 2004 рік обсяг торгівлі товарами й послугами між Україною й Польщею збільшився на 25%. При цьому, за її словами, існують певні розбіжності в українській і польській статистиці щодо розвитку торговельних відносин. Так, за українською статистикою, в 2004 році загальний товарообіг становив 2,56 млрд. доларів, тоді як за польською – понад 3 млрд. доларів. Український прем'єр пояснює це тим, що частина товарів перетинала кордон нелегально. Для попередження цього процесу, на думку Юлії Тимошенко, необхідно налагодити обмін інформацією між митними службами двох країн.

Найбільш перспективним, на думку глав урядів України та Польщу, є співробітництво в паливно-енергетичній сфері, зокрема це стосується транзиту енергоносіїв. У першу чергу, обидві сторони зацікавлені у реалізації проекту транспортування нафти нафтопроводом «Одеса-Броди» і далі до польських міст Плоцьк і Гданськ. За словами польського прем'єр-міністра, для успішного здійснення цього проекту найближчим часом буде створено спільну робочу групу з експертів та урядовців, яка проводитиме переговори з потенційними постачальниками нафти, будівниками нафтогону та інвесторами. Сторони також обговорили можливість постачання газу до Польщі.

Значні перспективи має також співпраця у транспортній галузі, зокрема реалізація спільного польсько-російсько-українського проекту добудови 300-кілометрового відрізка ширококолійної залізничної дороги до польського міста Славкова, де буде розміщено великий термінал. Це дозволить значно збільшити пропускну спроможність залізничного транспортного коридору з Далекого Сходу через територію Росії, України та Польщі у Західну Європу.

Глави урядів України та Польщі обговорили питання лібералізації візового режиму для громадян двох країн. Наголошувалося також на необхідності підписання додатку до Угоди про тимчасове працевлаштування громадян України для сезонних робіт в Республіці Польща.

Сторони також обмінялися думками стосовно співпраці у сфері культури. Досягнуто домовленості про активізацію процесу обміну культурними цінностями та повернення історико-культурних пам'яток на батьківщину.

Важливим заходом у контексті двосторонніх відносин стане проведення Року України в Польщі, відкриття якого відбудеться у квітні цього року.

За результатами переговорів була підписана нова міждержавна Угода про економічне співробітництво, а також Угода про співробітництво в сфері телекомунікацій і зв'язку.

3. На основі повідомлення агентства написати розширену інформацію до газети.

ДНІПРОПЕТРОВЩИНА: ЦГЗК ЗАКУПИТЬ НОВЕ ОБЛАДНАННЯ

«Економіка»
05.03.2005

Для реалізації запланованих на 2005 р. заходів щодо технічного переоснащення збагачувальної фабрики ВАТ «Центральний гірничо-збагачувальний комбінат» (Кривий Ріг, Дніпропетровська обл.) до кінця березня передбачає здійснити закупівлю і монтаж трьох сепараторів 2ПБС-90/250 воронезького заводу «Рудмаш» (Росія). Крім цього, замовлення на відновлення барабанів для трьох таких же агрегатів ГЗК зробив на ВАТ «Констар» (Кривий Ріг), повідомляє «Ugmk.info».

За повідомленням фахівців комбінату, відновлення потужностей на ділянці сухої магнетитової сепарації (СМС) дозволить щомісяця переробляти до 500 тис. тонн «хвостів», що у свою чергу зекономить не тільки електроенергію, але і дводобову роботу ЗФ з випуску концентрату.

Виробничою програмою на поточний рік на ділянці СМС передбачена переробка магнетитових кварцитів Глеєватського родовища (21,5 % заліза), що дозволить на 2 % підвищити якість промпродукту, що подається на збагачувальну фабрику (ЗФ). У зв'язку з відсутністю вільних потужностей і залучення до переробки більш бідних магнетитових кварцитів шахти ім. Орджонікідзе, керівництво комбінату прийняло рішення про переробку на ділянці СМС шахтної руди.

Відповідно до інвестиційної програми 2005 р. на технічне переоснащення ЗФ має бути виділено 53,5 млн. грн.

Як повідомлялося раніше, у 2004 р. комбінат затратив на технічне переоснащення збагачувальної фабрики 35,1 млн. грн. Завдяки проведеним роботам, з 10 744,2 тис. тонн переробленої руди отримано 3 931,5 тис. тонн концентрату, з 4599 тис. тонн шлаків – 882,5 тис. тонн продукції, що значно перевищує показники 2003 р. Лідуючі позиції в Україні зайняла ЗФ із забезпечення вмісту заліза в концентраті на рівні 67,5 %.

Довідка ІА «Гаряча лінія»: ВАТ «Центральний гірничо-збагачувальний комбінат» спеціалізується на видобутку і виробництві залізорудної сировини (концентрату й обкотишів) для металургійної промисловості і випускає близько 15 % вироблених в Україні залізорудних обкотишів. Власником комбінату є компанія System Capital Management. 90% акцій SCM належить донецькому бізнесменові Ринату Ахметову.

4. У розширеній інформації з української газети знайти жанрові помилки, переписати.

КОНТРАБАНДА НА ГОЛОДНОМУ ПАЙКУ

Хоча народні депутати не поспішають її обмежити

Серйозні збої в роботі Держмитслужби примушують уряд вдаватися до неординарних кроків. За інформацією Мінфіну, протягом першого тижня лютого від митниці в цілому надійшло 174 мільйони гривень. Водночас 28 лютого лише за один день від митниці надійшло 112 мільйонів гривень – стільки, скільки раніше вона перефрахувала до бюджету за п'ять банківських днів. На переконання міністра фінансів Віктора Пинзеника, прогрес у показниках надходжень від Держмитслужби пов'язаний із тим, що цього місяця було вжито заходи щодо боротьби з контрабандою. Мінфін повідомляє, що готується рішення про спрощення процедур оформлення документів на перевезення вантажів, які швидко псуються. Також буде скорочено процедуру пропуску транзитних вантажів. За дорученням прем'єр-міністра розробляють новий порядок митного контролю, який передбачає так званий принцип єдиного вікна, за яким усі необхідні дозволи реєструватимуть в одному місці.

Кілька днів тому уряд передав до Верховної Ради законопроект про внесення змін до Закону України «Про митний тариф» для прийняття в позачерговому порядку. Учора парламент прийняв цей закон у першому читанні («за» – 309 народних депутатів), однак відмовився того ж дня розглянути його в другому читанні. І це незважаючи на заклик міністра економіки Сергія Терехіна зажити на довгезеліні черги на кордоні. Отже, в уряді з якихось причин знайшлося недостатньо одностудців, які б вважали, що надміру високі мита є причиною багатьох контрабандних схем і примушують підприємців шукати лазівки для везення товару до України. Це при тому, що у поданому до парламенту законопроекті пропонувалося зробити багато корисного для пересічного споживача. Зокрема, скасувати імпорнтну ставку на банани та цитрусові, вдвічі скоротити мито на білизну і встановити її на рівні 12 відсотків, втричі зменшити мито на взуття – до 10 відсотків, удесятеро зменшити мито на пральні машини – до 5 відсотків, та вп'ятеро – на пилососи, міксери та подрібнювачі – до 10 відсотків. Уряд також виступив за те, аби встановити «нульову» митну ставку на мобільні телефони, вп'ятеро знизити імпорнтні мита на телевізори – до 10 відсотків. На думку прем'єр-міністра України Юлії Тимошенко, зменшення мита не лише дасть можливість завадити контрабанді, а й призведе до суттєвого зменшення цін на споживчому ринку й, крім того, це є певними кроками уряду, спрямованими на вступ України до Світової організації торгівлі.

З інших позицій виступає представник партії «Регіони України», перший за-

ступник голови Бюджетного комітету Валерій Коновалюк, який вбачає у пропозиціях уряду щодо імпорту певні лобістські зусилля і преференції. Утім насправді відмова Верховної Ради вносити зміни до Митного тарифу є ознакою того, що в Україні розпочалася передвиборча кампанія 2006 року, стверджує Сергій Терьохін. Усе це може завершитися дуже сумно, тому що внаслідок таких дій з боку парламенту не виключено зростання інфляції, зазначив міністр. Уряд планував, що рівень інфляції за підсумками цього року становитиме 11 відсотків, але тепер ціни можуть значно підвищитися. У разі неприйняття парламентом змін до Митного тарифу ціни на товари народного вжитку можуть зрости у вісім разів, стверджує Сергій Терьохін. Водночас уряд налаштований рішуче і, швидше за все, не дасть хресту тим, хто наживається на імпорті. Протягом місяця Кабмін має намір завершити розробку програми «Контрабанда – стоп».

До лекції 4

(за темою «Звіт», «Правило наближення інтересів»)

1 Знайти помилки в звіті, надрукованому в українській газеті. Запропонувати оптимальний варіант перекомпонування.

«ВІДНОСНО ЧЕСНИХ» СПОСОБІВ ВІДНЯТТЯ ВЛАСНОСТІ НЕ БУВАЄ

Останнім часом глава Фонду держмайна Михайло Четов не пропускає жодних експертних зборів, присвячених проблемам реприватизації, невтомно роз'яснюючи політику нової влади. І майже слово в слово повторює одні й ті самі тези. Перша – цитати з Президента Віктора Ющенка про те, що в Україні масова реприватизація ніколи не отримає статусу державної політики, та про те, що повернення підприємств у держвласність не правило, а виняток із правил. Далі – уточнення про те, що «насправді» може потрапити до списку винятків: «Фонд держмайна здійснює перевірку окремих приватизаційних проектів, цим займається департамент із перевірки виконання інвестзобов'язань, узятих переможцями в конкурсах. Це звичайна робота... У нас на контролі 10,5 тисячі договорів купівлі-продажу». І нарешті, третя теза про допущені в минулому та позаминулому роках порушення процедур, звуження конкуренції в процесі продажу. «Щодо цих об'єктів, – викладає Четов установки уряду, – йдеться про те, щоб відновити їхній державний статус-кво з подальшою компенсацією сьогодинішнім власникам і продавцем на максимально відкритих конкурсах із залученням широкого кола інвесторів із далекого і близького зарубіжжя, щоб вийти на вищу ціну». Кількість таких об'єктів, за Четовим, буде незначною, а рішення прийматимуть виключно в правовій площині, максимально коректно

та цивілізовано. Щоб підкріпити сказане, повторюється цитата з Юценка...

Утім, виступаючи в четвер на «круглому столі», організованому журналом «Експерт», голова ФДМ відійшов від апробованої схеми та повідомив присутнім і про те, що уряд ухвалив рішення розблокувати приватизацію (крім стратегічної). Про це вже підписано відповідний наказ Фонду. На думку Чечетова, це, на відміну від «мусованих окремими політиками та в пресі слів про реприватизацію», сприятиме покращенню інвестиційного клімату...

Надії головного приватизатора, схоже, далеко не в усьому поділяє навіть член правлячої нині команди, голова парламентського комітету з питань промислової політики та підприємництва Юрій Єхануров. Він «у принципі виключає реприватизацію як термін із лексику» та вважає, що це слово «взагалі не повинне звучати ні з урядових трибун, ні в парламенті, ні взагалі в нашому діловому житті». Юрій Іванович добре розуміє негативні наслідки використання такого терміну та відповідних дій: ускладнюється діяльність підприємств, «на підвісі» довіра до влади та до країни. Йому відомі також і спроби розпочати масовий переділ власності. «Ці люди хочуть сьогодні отримати якийсь реванш, скориставшись ситуацією», – пояснює Єхануров.

Щоправда, одразу Єхануров повіяв як провладний політик. Він переказав чеховське оповідання про дячка, який об'ївся червоної ікри, і порівнює цього персонажа з тими, хто приватизував «Криворіжсталь» й інші стратегічні підприємства. «Ці добродії, – з металом у голосі каже Єхануров, – маючи в розпорядженні серйозні юридичні сили, хочуть, щоб за законом із ними позмагалися... Я пройшов виборчу кампанію, і знаю, як змагатися за законом проти того, хто проти тебе грає в наперстки. Тому, гадаю, що в цьому випадку можна говорити про політичні моменти, і вважаю, що кілька показових справ із перепродажем об'єктів, які були приватизовані з порушенням усіх мислимих і немислимих правил і норм, слід провести...».

Правду кажучи, експерти перед такою силою метафор не спасували та відзначили, що тепер, схоже, знадобляться нові «схеми», щоб справитися з законом. Зокрема, адвокат Олексій Резников, який виступав у ході виборчої кампанії у Верховному Суді на боці опозиції, ставив резонні запитання, здатні загнати в тісний кут політиків: де, почавшись, зупиниться реприватизація, як можна говорити про «вкрадені» підприємства, якщо методика їх оцінки й сьогодні не скасовані, хто бачив експертні висновки про те, скільки повинні насправді коштувати спірні підприємства? Він припускає, що в тому випадку, якщо сьогодні політики почнуть використовувати суди для прийняття потрібних рішень, а ті боятимуться приймати рішення, що суперечать вимогам нової влади (приклад: заява прем'єр-міністра про те, що необхідне рішення буде отримане вже через два-три тижні), – все це означає, що в країні нічого не змінилося, і по-

дальший уряд чинитиме так само. І тоді економіці забезпечений великий період нестабільності. «Ось у чому небезпека», – стверджує Резников і пропонує владі помиритися з капіталом, ухвалити закон про гарантії власникам. «Домовляюся, говоримо про доплату, підпишімо світову угоду, яку суд зазвичай вітає. Це було б чудово для суспільства».

Утім, не всі учасники «круглого столу» вбачають небезпеку для інвестиційного клімату України. Російський бізнесмен Андрій Терехов виступив у ролі оптиміста й стверджував, що трохи зіпсувати інвестиційний імідж України просто неможливо, оскільки це вже повністю зробила стара влада. Полеміку з ним розпочала юрист американської компанії «Бейкер і Макензі – Сі-Ай-Ес» Мар'яна Марчук. Вона закликала думати про довгострокові інтереси країни, а тому, на її думку, не можна «використовувати судову владу, тиснути на неї, бо в цій країні треба жити та працювати не лише іноземним інвесторам». Вона пояснила, що іноземні інвестори в Росії можуть спокійно ставитися до реприватизації тому, що Росія однаково буде дуже прибуткова просто завдяки своїм ресурсам. А Україна, на її думку, інша країна. «Ми можемо запропонувати іноземним інвесторам насамперед стабільність і гарантії їхніх прав. А створюючи прецедент не зовсім згідно з законом, відмінняючи підсумки приватизації, що відбулася на основі чинних досі актів, ми не можемо гарантувати інвесторам, ні іноземним, ні нашим, стабільності та захисту прав власності».

До лекції 6 (за темою «Аналітична стаття»)

1. Визначити, чи відповідає запропонована публікація критеріям аналітичної статті. Запропонувати інший структурний план викладу до неї. Чим і як можна доповнити матеріал?

ГЕЄЦЬ В.М. АКАДЕМІК НАН УКРАЇНИ, ДИРЕКТОР ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ НАН УКРАЇНИ

Питання гуманізації економічного життя та перспективи забезпечення стабільного економічного росту в Україні

Незадовільні результати політики перехідного періоду, як і політики перебудови, щодо забезпечення стабільного економічного зростання, змушують постійно аналізувати їх складові та оцінювати перспективи змін в контексті створення умов, які, врешті-решт, сприяли б відродженню економічного зростання в Україні на стабільній основі.

В період здійснення політики перебудови було проведено достатньо дослі-

джень, за результатами яких були обґрунтовані основні причини, що зумовили постійний занепад економіки замість очікуваного зростання. Про них, виходячи з розмірів цієї статті, можна зауважити, що політика перебудови не створила можливостей для ефективного нагромадження та використання ресурсів, завдяки чому могло б розпочатися на інтенсивній основі економічне зростання. Фактично домінувала економічна система, яка перевитрачала ресурси, збільшувала економічне навантаження, знижувала темпи зростання і рівень життя населення.

Результати реформ в перехідному періоді, який розпочався з початку дев'яностих років, і, починаючи з кінця 1994 р. був особливо інтенсивним щодо здійснення політики переходу до ринкової економіки, все ж не дали істотних змін в контексті забезпечення економічного зростання саме за рахунок ефективного використання ресурсів. Саме це зумовлює необхідність аналізу, який, на нашу думку, міг би дати відповідь на питання: а чи відбувався власне перехід саме до такого використання ресурсів в останні роки, оскільки механізми економічної політики були змінені на принципово інші? Чи можливо, не дивлячись на зміну складових економічної політики, багато в чому стара система продовжує домінувати, що свідчить про відсутність (або адекватних) запиту змін, або ж про те, що причини невдалого реформування знаходяться в іншій площині стосовно умов і факторів, які визначають функціонування економіки.

Для відповіді на ці питання було в самому узагальненому вигляді проаналізовано п'ять складових ресурсів, характер використання яких, на нашу думку, визначав власне зміст функціонування економіки в перехідний період, що дозволяє зробити деякі узагальнення щодо змісту економічної політики.

Перше. Має місце масова підтримка функціонування виробництва за рахунок неплатежів. Так, за даними на 01.06.99 кредиторська заборгованість по Україні в цілому склала 192,6 млрд. грн., а дебіторська – 140,8 млрд. грн., і тільки за 5 місяців цього року вона зросла відповідно на 25,4% та 30,5%. Рівень заборгованості, яка ніколи не буде погашена, давно перевищує величину ВВП. Фактично такий стан справ означає, що одні виробництва працюють за рахунок інших. Крім цього, домінуючим видом обміну продукцією та ресурсами став бартер, що теж не сприяє еквівалентному обміну. По суті, ці механізми «розквітли» завдяки тому, що вони мали місце і в радянській системі, коли замість обміну, заснованого на вартості товару та послуг, масовим був фізичний обмін ресурсами та продукцією. В свою чергу, на той час вартісний обмін здійснювався на основі централізованого перерозподілу фінансових ресурсів, що і дозволяло забезпечувати більш-менш вдале функціонування економіки. На сьогодні останнього немає і не може бути в нових умовах. Нова система поки що неспроможна замінити природно присутній з попередніх часів нееквівалентний обмін ресурсами, який

не забезпечував ефективного використання ресурсів, а отже, і конкурентоспроможність економіки.

Друге. Склалося враження, що відбувається зменшення податкових навантажень, оскільки обсяг доходів бюджету по відношенню до ВВП з 1990 по 1998 р. значно знизився. Так, тільки за два останніх роки цей показник зменшився на 2,2 процентних пункти: з 30,1% до ВВП у 1997 р. до запланованих 27,9% у 1999 р. Разом з тим за рахунок податкових неплатежів постійно відбувається несправедливий перерозподіл ресурсів, оскільки той, хто справно платить податки (за розрахунками Інституту економічного прогнозування НАН України), має одне з найвищих в Європі податкових навантажень; водночас ті, хто уникає сплати, мають можливість, по суті жити за рахунок ресурсів інших. Так, заборгованість підприємств перед бюджетом станом на 01.06.99 складає 11,8 млрд. грн.; за 5 місяців 1999 р. вона зростає на 1,5 млрд. грн. До того ж відбулося значне списання заборгованості до бюджету для окремих груп господарюючих суб'єктів, що збільшило нерівномірність навантаження і дало можливість для функціонування одним, а використання ресурсів – іншим. Таке явище було притаманним природі колишньої економічної системи, яка саме завдяки такому стану справ не змогла налагодити механізм ефективного перерозподілу ресурсів.

Третє. Має місце постійна підтримка економіки ресурсами галузей, що виробляють високоліквідну продукцію. Це, перш за все, електроенергетика, металургія. Галузі, що виробляють теплову та електроенергію, постійно кредитують економіку та неефективну економічну діяльність. Так, заборгованість за спожиті тепло та електроенергію станом на 13.05.99 склала 6,9 проти 5,2 млрд. грн. на 01.01.99.

Четверте. Постійно має місце використання зовнішніх фінансових ресурсів. Станом на квітень 1999 р. обсяг зовнішнього боргу складає 12,3 млрд. дол. США проти 8,2 млрд. дол. у 1995 р. До того ж заборгованість уряду по державних цінних паперах становила на першу декаду травня 17,4 млрд. грн. Це фактично означає, що українська економіка жила в борг, збільшуючи свою як внутрішню, так і зовнішню заборгованість (власне, цей механізм теж прийшов з радянських часів, оскільки зовнішні боргові зобов'язання колишнього СРСР сягали досить значної величини і на сьогоднішній день вони так і не погашені урядом Росії як правонаступниці колишнього СРСР в цій частині зовнішньоекономічних стосунків). За останні роки Росія до того ж ще значно збільшила свою заборгованість.

П'яте. Має місце постійне кредитування з боку населення неефективно працюючих підприємств за рахунок невиплат заробітної плати. Станом на 10.05.99 заборгованість по заробітній платі складала майже 7,0 млрд. грн. В той же час має місце постійне її зростання. Ці ресурси в основі свого використання були задіяні ще з радянських часів, і по суті за своєю природою, не дивля-

чись на зміну складових економічної політики, механізм економічної діяльності залишався старим.

Такий стан справ дозволяє констатувати:

1. використані ресурси в певних умовах мають недовгостроковий характер;
2. механізм і власне цілеспрямованість їх використання не стимулюють економічних перетворень;
3. конструкція економіки за вказаних умов нестійка, тому постійно буде мати місце соціальне невдоволення;
4. стратегічних ресурсів довгострокового економічного зростання в цій схемі немає;
5. для досягнення стратегічного успіху в частині забезпечення стабільного економічного зростання необхідно задіяти нові складові, які б забезпечили довгострокове економічне зростання.

Необхідно підкреслити, що майже такий же стан справ з використанням ресурсів спостерігається і в російській економіці. Єдиною відмінністю є те, що характер ресурсів російської економіки більш різноманітний, а можливості розв'язання цієї проблеми вбачаються через використання механізмів, які властиві процесам глобалізації економічного життя. В цілому не заперечуючи їх, ми наголошуємо: на такому шляху успіху можна і не добитися, оскільки, на нашу думку, для переходу до використання ресурсів інтенсивного зростання необхідно, щоб економіка і населення країни перейшли зі стадії, притаманної пасивним ресурсоотримувачам, до стану активних їх використовувачів². Це означає, що передусім повинна сформуватися критична маса, перш за все населення та громадських інститутів, які саме і здатні будуть забезпечити такий перехід. Для цього необхідно здійснити перш за все, не стільки економічні перетворення, а відтворення нової якості соціального стану, коли будуть відтворені умови діяльності в суспільстві на принципах самоорганізації. Таке здійснення відбувається тільки за наявності передумов самоорганізації на мікросоціальному рівні людей, їх громадських інституцій, здатних захистити людину від проявів вузького корпоративізму і бюрократизму, які особливо розквітли саме в нових умовах перехідного періоду. Завдання полягає в тому, щоб створити можливості в економіці і суспільному житті для особистої самореалізації на засадах моралі та професіоналізму.

Такий підхід можливий і є притаманний громадянському суспільству, яке за наших часів тлумачиться, особливо в частині взаємодії економіки та політики, по-різному. Так, сьогодні можна зустріти роботи, в яких обернувається думка, що громадянське суспільство може і повинно формуватися на засадах, властивих суто корпоративній, а не соціально орієнтованій ринковій економіці. Такі положення, на наш погляд, сформулював О.Пасхверз. За його думкою громадянське

суспільство не формується через присутність стійких стереотипів господарської культури, властивих соціалізму, за якими існують:

- нестативне ставлення до приватної власності і підприємництва, особливо великого, тобто повинна визнаватися приватна власність і визнання позитивної дії, перш за все, великого капіталу, а отже, і корпоративних структур, що його представляють на стан економіки та суспільства. Саме це має місце в наших умовах. Нагадаємо, що це є складовою ринкового фундаменталізму, яка, за визначенням Д.Сороса⁴, є руйнівною силою власне самого капіталізму вже зараз;

- несприйняття майнової відповідальності і її безповоротної реалізації за законом;

- необхідність державного патерналізму.

Ці складові або їх прототипи є визначальними (за О.Пасхавером). Для формування ідеології громадянського суспільства, і найважливіше, за його думкою, здійснити для цього пропаганду відповідної ідеології. З цією метою необхідно реорганізувати заходи гуманітарної освіти на засадах сформульованої вище ліберально-демократичної ідеології. Погоджуючись з двома останніми складовими, ми не можемо погодитися з першою, що є основоположною. Повторюючись, відзначимо, що це, на наш погляд, віддзеркалює ідеологію корпоративно-бюрократичного капіталізму з доволі визнаними, як здається, негараздами, що вже вичерпали себе і тим більше не будуть мати успішного розвитку в ХХІ столітті. Саме такий підхід не відповідає ідеології громадянського суспільства, заснованою на засадах високої моралі і професійності. Ці складові були сформульовані ще Шарлем Монтеск'є як визначальні умови формування громадянського суспільства, що, в свою чергу, створює середовище для поступового прогресу у відтворенні ініціативи і для інноваційного шляху розвитку.

Які ж складові є адекватними саме такому розумінню щодо формування основ громадянського суспільства, оскільки саме вони відтворюють умови для функціонування потужного і довготривалого економічного зростання, заснованого на автономних самовідроджуваних ресурсах інноваційного характеру? Серед них:

- узгодження стратегії максимізації власних прибутків і вигоди з інтересами суспільства;

- висока довіра до виборної влади, яка дотримується принципів ефективної та продуктивної діяльності, що не розширює зону неформальної діяльності;

- в умовах надвеликих розмірів нелегальної (тіньової) діяльності, що не дає можливості задіяти складові саморозвитку, повинні розширюватися складові відношень, заснованих на довірі, взаємодопомозі шляхом участі у структурах громадських організацій, заснованих саме на таких принципах, а не на принципах кругової поруки і підтримки, як це має місце в безлічі структур, пов'язаних з державною бюрократією, створених саме для цього в наших умовах;

– максимальне сприяння розвитку малої і середньої підприємницької діяльності, що власне і зорієнтовано на відтворення умов для автономного саморозвитку на принципах кооперації і фінансової підтримки, а не надвеликих корпоративних структур. Детально про деякі з вищевказаних складових дивись роботу І.Левіна⁵. На його думку механізм запуску вищезформованої автономно діючої системи, що забезпечує економічний розвиток, може бути задіяним тільки за умов:

1. досягнення необхідної мікросоціальної і мікроекономічної критичної маси;
2. руйнування, в тому числі і мафіозної, монополії за рахунок широкого залучення до співпраці громадських інституцій та органів боротьби з корупцією, бюрократією;
1. мобілізації правоохоронної системи до боротьби з беззаконністю;
2. цілеспрямованих дій політичних сил (наприклад, у Південній Італії це були ліві та демократичні партії);
3. здійснення просвітницьких кампаній і мобілізації суспільства саме на цю діяльність, а не пропаганду складових ринкового фундаменталізму, що не сприяє формуванню громадянського суспільства в даних умовах перехідного періоду;
4. масового формування громадських організацій;
5. процесів інтеграції, перш за все до Європейської співдружності.

Що стосується реального стану справ у формуванні громадянського суспільства і можливостей використання ресурсів в економічному розвитку, закладені в ньому, вперше в Україні були викладені автором у своїй роботі ще в 1995 році⁶. В ній розглянуті питання формування моделі державності та перспективи розвитку громадянського суспільства з врахуванням внутрішніх і зовнішніх економічних та політичних чинників.

Ми виходимо з того, що державна політика переважно перебуває під впливом груп, які дбають про соціальні інтереси і тільки в словесних дискусіях беруть гору інтереси споживача, але реальну політику контролюють інтереси виробника⁷. Таким чином, державна політика визначається не стільки суспільними інтересами, скільки безкінечною чергою виключно приватних інтересів. При цьому внаслідок існування егоїстичних інтересів державних службовців, стає зрозумілим, чому формування приватної власності відбувається при постійному порушенні суспільних інтересів.

Отже, системоутворюючий фактор, який є основою демократичного співіснування держави та громадянського суспільства, потрапляє під могутній вплив інтересів, які на цьому етапі суперечать суспільним інтересам. Це означає, що за таких умов розвиток громадянського суспільства і розвиток державності підпадають під вплив дії стратегії негативного характеру, коли останнє стає домінуючим.

Найчастіше вважається, що для створення умов, які б забезпечили розвиток певних тенденцій (передусім тих, котрі за певних умов можуть розвиватись у зворотному напрямі), необхідно більшість перехідних процесів відрегулювати за допомогою законів, і це часто реалізується на практиці. Але, як свідчить вже наш досвід, сила дії інтересів, які зумовлені відносинами власності, є набагато більшою. При цьому вони (ці сили) однаково притаманні в цьому випадку як представникам держави, так і представникам бізнесу. Крім того, узагальнений досвід (а він виступає і як теоретичний постулат, оскільки бере виток з практики країн, що досягли розквіту прав і свобод громадян і державності) свідчить про те, що і в цілому спроби законодавчого врегулювання всіх процесів є безперспективними. З цього приводу Алексіс де Токвіль в роботі «Демократія в Америці» пише: «Немає такої країни, де все може бути відрегульовано за допомогою законів або де політичні інститути можуть замінити собою здоровий глузд та суспільну мораль».

Власне, наведені слова підтверджують думку про можливість і необхідність розбудови громадянського суспільства, якщо останнє не має достатнього рівня розвитку, а домінуючими є інтереси відносин власності.

Особливо винахідливим щодо цього виявився Китай, запровадивши на першому етапі модель розвитку приватної власності не шляхом роздержавлення, де стикаються інтереси державних службовців і представників бізнесу (в масовому масштабі роздержавлення в Китаї не проводилось), а шляхом створення умов для розвитку альтернативної економіки, що ґрунтувалася на приватній власності, в основі формування якої лежала ініціатива громадян. В свою чергу розбудовувалися механізми і умови її реєстрації. Таким шляхом змінювались складові нової економічної моделі, а саме – трудові відносини, професіоналізм, мораль, довіра. Водночас державна власність, до якої мають відношення і державні службовці, була вміло виведена в масовому порядку з цього процесу. Зрозуміло, що після того, як приватний сектор досягне необхідної критичної маси, можна переходити і до процесу роздержавлення. За таких умов представники державних інститутів не матимуть переваги, а тому трансформаційний процес, судячи з усього, пройде виважено й успішно, а тому врахуванням саме громадських інтересів. Відомо, що за весь період реформ у Китаї не було допущено спаду виробництва. Китай подав приклад реалізації поступової стратегії радикальних змін і необхідного громадського розвитку.

В окремих випадках нове будується шляхом постійного руйнування старої системи. Прикладом досягнення успіху за такою стратегією є Східна Німеччина та Польща, але вдалося це перш за все завдяки значній фінансовій допомозі Заходу, ФРН.

Часто єдиною альтернативою усім можливим сценаріям розвитку і держав-

ності та її економіки в сучасних умовах, яка широко сприймається, є ліберальна ідея. Вона, як зазначалося, своєю системоутворюючою основою має приватну власність. Остання, як відомо, веде до автономії індивідуальної поведінки, а оскільки ліберальна ідея, реально закладена в життя, пов'язана з реалізацією стратегії, яка максимально матеріалізована, то вона власне, перетворюється в свій антипод, а тому, як наслідок переважають негативні процеси. Серед них – масова спроба легкого збагачення, в тому числі і за рахунок привласнення державного майна. Це призвело, з одного боку, до формування тіньової економіки, іншою нормою стає масовий страх людей за себе і за своїх дітей перед майбутнім, перед його невизначеністю, незрозумілістю. Отже, здавалося б, добра ідея лібералізації створює можливості повного знедолення, позбавлення засобів існування, безініціативності, апатії, що є антиподом громадянського суспільства.

Реалізація цієї ідеї ставить перед людиною необхідність формування власної поведінки згідно з самостійним вибором, а це потребує навичок, відсутніх у більшості громадян. За таких умов великі кількості людей права і свободи, які вони отримали (часто за формою, а не за змістом), стають непотрібними й несприйнятними: втрачається звичайна стабільність, до якої люди звикли. Крім того, ці права, свободи часто-густо неможливо реалізувати через їх декларативність або через нездатність відповідних державних інститутів забезпечити в суспільстві правову й економічну стабільність. За цих умов громадяни потрапляють у замкнуте коло невизначеності і невирішеності проблем. Очікування стабільності багату в чому входить у протиріччя з державою, сприяє розвиткові ностальгії за минулим. Зрозуміло, що таке очікування сьогодні є ірраціональним. Водночас треба усвідомлювати, що зміна в процесі державного будівництва тоталітарної держави на таку, в якій основою фактично стає культ збагачення, за нинішніх умов можливе лише для обмежених верств населення. Це може призвести до результату, протилежного бажаному. Імовірним стає сценарій, за яким капітал сам спробує відродити тоталітарні методи управління. Саме тому ґрунтовним в становленні саме громадянського суспільства та використання потенційних його можливостей щодо позитивного впливу на економічний розвиток відіграють громадські організації, діяльність яких створює умови для самоорганізації і самореалізації у відповідності з потенційними можливостями окремих суб'єктів господарювання та населення в цілому.

Громадянське суспільство не може бути засновано на корпоративних началах, що виражені сукупним устремлінням до нагромадження приватної власності, оскільки в суспільстві домінує боротьба за привласнення прибутку та нагромадженого майна, а не його примноження. Останнє виражається сутністю єдності в боротьбі проти ізоляційного устремління розподілу і перерозподілу. Останнє, власне, і залишається основою корпоративної діяльності з устремлінням до

монопольного володіння і монопольного перерозподілу, що є основною діяльністю індивідуалізованих формувань, діючих за принципами індивідуалізованих структур, а не інституціонізованих форм, діючих за принципами співвідношення узгоджених стосунків, що являють собою основу внутрішньої єдності.

До лекції 7

(за темою «Журналістське розслідування»)

1. Знайти жанрові помилки в запропонованій публікації з української преси.

ХТО ЗАМОВИВ «СОСНОВИЙ БІР»?

Формується суспільна думка про те, що всі власники землі під Києвом — бандити й олігархи. Наступним кроком буде «взяти і поділити»?

Земля останнім часом опинилася в центрі пильної уваги громадськості, політиків і чиновників. Скандал із роздачею землі в Пущі-Водиці виявив проблеми з виділенням ділянок у Києві. Новий губернатор Київської області теж пообіцяв масову реприватизацію землі. «Більшість природних ресурсів Київської області за хабарі роздали сумнівним структурам... і потрібно вчинити з ними, як із «Криворіжсталлю», – заявив Євген Жовтяк.

Земля під Києвом – золота. І за своїми якостями – віковий ліс, чисті озера та річки, де можна не тільки чудово відпочивати, а й жити. І за ціною – від однієї до 15 тисяч доларів за сотку, що робить її надзвичайно привабливою в ролі товару й активу.

Кожен, хто намагався оформити ділянку у власність – не обов'язково в «крутих» Козині і Пущі, а й у будь-якому селі Київської області, – знає, наскільки складний цей процес. Багато питань видачі землі тривалі роки не були врегульовані законодавством, а перехідні положення Земельного кодексу містили різночитання. На цій юридичній базі і відбувалося виділення землі сілрадами. Тому можна сміливо обвинуватити в співучасті в корупції багатьох, хто володіє земельною ділянкою під Києвом. І провести воістину масову реприватизацію. Більшість людей, у яких землі немає, починання підтримують: гасло «взяти і поділити» і «дави буржуїв» у нашому суспільстві приречені на популярність. Тільки от чи дістанеться ця земля всім киянам?

І що робити тим, хто за ці непрості півтора десятиріччя зумів «піднятися», заробити своїм розумом чималі гроші й побудувати собі гідне житло – будинок під Києвом? Йдеться про той самий «середній клас», який сьогодні називають надією України. І який, напевно, свідоміше від усіх підтримував нову владу під час революції. Тому що вірив в обіцянки дати бізнесу свободу й ліквідувати атмосферу тотального здиґства, котра панувала в країні останні кілька років. Як нова вла-

да з'ясуватиме, хто з них «середній клас», а хто – «сумнівна структура»? Адже, нагадаємо, порушення в придбанні землі за бажання можна знайти в усіх.

Питання про те, чи не перетвориться реприватизація київської землі на її масовий переділ, не ставимо з огляду на його риторичність...

Отже, заявити про необхідність переділу легко, а от вирішити всі супутні питання, у тому числі порушені вище – значно складніше. Ілюстрацією клубка проблем, що склався навколо київської землі, може бути ситуація щодо котеджного містечка «Сосновий Бір» поблизу Козина. Саме він, судячи з останніх подій, ризикує сьогодні бути призначеним на роль «флагмана реприватизації» і найбільш «сумнівної структури».

Керівники Товариства індивідуальних забудовників (ТІЗ) «Сосновий Бір» кажуть, що створювали селище для того, аби реалізувати прагнення людей жити в цивілізованих умовах, але ближче до природи. За їхніми словами, «Сосновий Бір» – не благодійна комуна, куди беруть усіх бажających, однак і не найдорожчий житловий комплекс під Києвом: його творці орієнтувалися не на олігархів, а на «середній клас». Але в жовтні минулого року прокурор Київської області порушив кримінальну справу за статтею 190 ч. 4 КК України «Шахрайство в особливо великих розмірах» за фактами виділення землі забудовникам «Соснового Бору». А в лютому, після зміни керівників обласної міліції та прокуратури, у ЗМІ почав з'являтися «компромат» на «Сосновий Бір».

Трохи історії. ТІЗ «Сосновий Бір» було зареєстровано 2000 року, коли рішенням Козинської селищної ради київській будівельній фірмі АТ «КПМК-2» під індивідуальну забудову Козинською райрадою було виділено 84 гектари землі. Селище виставило «КПМК-2» низку додаткових умов: підвести газ, електроенергію, воду, прокласти каналізацію, зв'язок, дороги в обсягах, що забезпечують у тому числі і потреби Козина. Всі умови було виконано в повному обсязі.

Концепція котеджного селища «Сосновий Бір» передбачала створення на його території інфраструктури, що не поступається міській, аби його жителі могли насолоджуватися міським комфортом, живучи при цьому в чистому сосновому лісі. Крім газопроводу, було побудовано електростанцію, до якої підведено високовольтну ЛЕП. За 35 кілометрів, із Києва, у Козин було прокладено телефонний кабель на 2800 з'єднувальних ліній (із міськими номерами й Інтернетом). Пробурено артезіанські свердловини для водопостачання і споруджено шестикілометровий каналізаційний колектор до очисних споруд Козина. На території селища проклали більш як 20 кілометрів різних розподільних мереж. Будівельна компанія «КПМК-2», котра виконувала роботи (вона ж будує саме селище за договорами із забудовниками), витратила на це близько 60 млн. грн. Все це дозволило будувати котеджі з усіма міськими зручностями. Значною частиною цих потужностей користується і Козин.

Подібна інфраструктура унікальна для селищ такого типу, яких у Київській області з'явилося кілька. Але найчастіше в них обмежуються компактним будівництвом особняків, спільним парканом і охороною. Електро- та водопостачання часто не розраховане на таку кількість будинків. Газ підведено лише в деякі із селищ, а проблеми каналізації забудовники вирішують самі, з допомогою септиків. Через це в деяких місцях компактного котеджного будівництва виникають проблеми із забрудненням ґрунтових вод каналізаційними стоками. Зв'язок найчастіше лише мобільний.

Ще один елемент концепції «Соснового Бору» – максимальне збереження лісу, на території якого він знаходиться. Власне, дерева вирубили лише на місці доріжок і фундаментів будинків. У селищі є багато споруд, упритул до стін яких ростуть сосни. Висоту будинків також було обмежено двома поверхами, щоб вони не порушували «лісової гармонії». На всі порубки дерев оформили відповідні документи і сплатили необхідні збори.

Загалом гарне вишило селище. Тільки от поки його будували, земля, на якій воно розміщується, подорожчала в багато разів. І ділянки з котеджами, п'ять років тому оцінені в 3–4 тис. дол., тепер коштують у десятки разів дорожче. І дорожчати будуть ще. А тому неминуче повинні були з'явитися бажані «покермувати».

Ще 2002 року у «Соснового Бору» з'явилися сусіди – фірма «Світ Шляхів», котра отримала землю поруч, паркан у паркан. Фірма ця пов'язана з народним депутатом Віктором Пінчуком. Власне, на цій землі він побудував будинок, у котрому й живе разом із сім'єю.

– Спочатку «Світ Шляхів» зажадав від «Соснового Бору» поділитися 8 га території, що належить членам ТІЗ, – каже директор АТ «КПМК-2» Валерій Омеляненко. – І товариство, зазнаючи тиску, змушене було погодитися. Щоправда, оформляти документи на ділянку не квапилися. А на початку 2004 року помічник депутата Олег Кузнецов запропонував підключити споруди «Шляхів» до комунікацій котеджного містечка й користуватися газом і електроенергією. У відповідь на запитання про оплату «Бору» порекомендували звернутися до губернатора... Літом минулого року обладміністрація зажадала документи про наявність і можливості комунікацій «Соснового Бору», а також договори із забудовниками. Пізніше було озвучено вимогу передати під контроль фірмам, які належать подружжю Засух, частину землі й потужностей «Соснового Бору». З цим погодитися було вже неможливо.

Реакція влади виявилася цілком передбачуваною. На початку вересня почалися перевірки Управління по боротьбі з економічною злочинністю Київського облУВС. Міліціонери зажадали від «Соснового Бору» численні документи. При цьому продовжували наполягати на оформленні згоди на передачу тих самих 8 га землі «Світу Шляхів».

– Особливий інтерес виявляли до господарської та фінансової діяльності підприємства, – каже адвокат Лариса Пущиніна. – Однак було надано лише ті документи, що не містять комерційної таємниці. Проте 26 жовтня було порушено вищезгадану кримінальну справу. Лише недавно ми дізналися, що 5 жовтня 2004 року «Світ Шляхів» одержав акт власності на землю, куди ввійшла і частина землі, що належить членам ТІЗ. Акт цей, до речі, був підписаний особисто Анатолієм Засухою, хоча за законом він не мав права розпоряджатися землями Козинської селищної ради. До речі, ще 14 липня 2004 року прокуратура області порушила кримінальну справу проти голови Козинської селищної ради Валентини Горобець, яка до «Соснового Бору» не має жодного стосунку, оскільки була обрана лише 2003 року. Схоже, справу «Соснового Бору» порушили «за фактами», котрі слідчі «накопали» у результаті обшуків у Козині. Було проведено також обшуки у нотаріусів, які засвідчували договори по земельних ділянках у селищі. Комусь дуже хотілося вбити двох зайців...

Наприкінці осені грянула революція, і слідство велося мляво. Деякий сплеск активності (останній обшук – 14 січня) спостерігався в період міжцарства, коли новий Президент уже був обраний, але ще не прийняв присягу. 19 січня було звільнено кийського обласного губернатора Анатолія Засуху, 4 лютого головою Київобладміністрації був призначений нардеп Євген Жовтяк.

Новий губернатор майже одразу заявив про те, що боротиметься з порушеннями при видачі землі в Київській області (про його протистояння з «кланом Засух» відомо давно). А 11 лютого начальник ГУВС у Київській області Анатолій Волощук, за командою якого в «КПМК-2» приходили мільйонери, дав прес-конференцію, на якій серед інших справ назвав і «Сосновий Бір».

Генерал поділився з журналістами інформацією досудового слідства (за законом, її розголошення заборонене, і слідчі часто посилаються на це при спілкуванні з пресою) про те, що більшість ділянок у 2000–2001 роках було оформлено на «студентів одного зі столичних університетів, які мешкали в гуртожитку на Троєщині». Котрі за надання своїх документів одержували грошову винагороду. Згадав генерал і про те, що на слідство чинився «неймовірний тиск» із боку «новоспечених господарів елітних дач». Загалом спробував ввести в оману нового керівника області, даючи зрозуміти, що коли той бажає на практиці боротися з порушеннями при видачі землі, то почати потрібно саме з «Соснового Бору». Однак 17 лютого Анатолія Волощука було звільнено.

– На наш погляд, правдою у виступі генерала було лише те, що ми побудували гарне котеджне містечко, – говорить голова правління ТІЗ «Сосновий Бір» Костянтин Юмаєв. – Так, із початку нашого існування склад членів ТІЗ змінився. Пішли люди, котрі «не потягли» фінансування будівництва. Проте жоден із колишніх членів товариства жодного разу не пред'являв якихось претензій. Більшість із перших його учасників досі працюють у «КПМК-2».

23 лютого новим керівникам області знову нагадали про «Сосновий Бір». Цього разу в газеті «Факти». З посиланням на прес-конференцію двотижневої давнини, котру дав генерал Волощук, звільнений за тиждень до публікації. Крім уже згаданих фактів із кримінальної справи, у статті є репортаж про поїздки журналістів у «Сосновий Бір», організовану прес-службою обласної міліції. Журналістів, які приїхали несподівано, охорона на території селища не пустила. Стаття містить мальовничий опис охоронців, які перешкоджали свободі преси, глухого паркана, визируючих з-за нього дахів крутих особняків і висновок кореспондента: «Нам так не жить...»

А тепер уявіть собі реакцію середньостатистичного читача на таку картину. От є «прости смертні», в яких украли землю, а є «вершки суспільства» (вислів зі статті) у котеджному селищі. Можна сказати, що передумови для підтримки широкою громадською думкою «націоналізації» «Соснового Бору» створено. А Євген Жовтяк на своїй першій прес-конференції на посаді губернатора ще говорив, що «громадську думку не купиш»... Невже він ніколи не спілкувався з грамотними піарниками?

«За нашими даними, тільки за 2004 рік на різних фізичних і юридичних осіб, пов'язаних із керівництвом Київської області, було оформлено понад 1000 гектарів землі, – каже член ТІЗ «Сосновий Бір» Олег Малюк. – І ділянки швидко продали за комерційними цінами. Обставини цього питання вже з'ясовуються. Однак таке враження, що хтось завзято хоче підкинути новому керівництву області «Сосновий Бір» у ролі цапа офірування. Щоб дати правоохоронцям можливість відрапортувати про успіхи у справі повернення землі і цим галасом відволікти їхню увагу від по-справжньому масштабних її розкрадань.

Чому саме «Сосновий Бір»? Може, це помста за конфлікт із Пінчуком. Відомо, у тому числі і з публікацій у «ДТ», що сім ї Пінчуків і Засух товаришують між собою. Пропозиція Тетяни Засухи ввійти в частку в «Сосновому Бору» надійшла від Сергія Тучі, котрий представився ї юристом. Стаття в газеті, контрольованій Віктором Михайловичем, з'явилася відразу після того, як «Світ Шляхів» був змушений таки оплатити рахунок у 2,04 млн. грн. за підключення до мереж «Соснового Бору». Ми бачимо, як у ЗМІ створюється громадська думка про те, що в котеджних селищах можуть жити лише «буржуї» та «бандити» і що їхню землю потрібно «взяти й поділити». Хочеться сподіватися, що міліція та прокуратура з'ясовуватимуть істину, а не виконуватимуть чиясь замовлення.

За останні два роки розмах торгівлі землею і ціни на неї зросли в кілька разів. Сьогодні під поняття «сумнівна приватизація» може потрапити кожен, хто одержував землю в 2000–2003 роках. Гадаю, що сприяння правоохоронним органам необхідне, якщо їхня діяльність спрямована на встановлення істини, а не має замовний характер».

– Ми віримо новому правосуддю. А до людей і видань, які поширюють інформацію, що ганьбить ТІЗ «Сосновий Бір» і «КПМК-2», готуються судові позови. Хоча ми не виключаємо і нових подібних публікацій у ЗМІ, контрольованих Пінчуком, – повідомила Лариса Пупиніна.

Ситуація з «Сосновим Бором» порушує проблему відносин власників із владою в нових умовах. Олігархи та бандити справді побудували собі під Києвом багато особняків. Однак ще більше побудували їх звичайні бізнесмени – люди небідні, але вони свої гроші заробляють чесно. Про те, що законодавство у нас таке, що будь-якого бізнесмена можна притягти до кримінальної відповідальності, писалося чимало. За бажання, в усіх, чий будинок виділяється на загальному тлі або оформлений на родичів, можна забрати і землю, і житло. Або змусити доплатити, скільки зажадають.

До речі, у розмовах про реприватизацію – як землі, так і промислових об'єктів – питання про методикку їхньої переоцінки, як правило, не порушується. Мова зазвичай іде лише про порушення. Та й сама постановка питання про доплату вимагає пояснень: за якими цінами доплачувати? За нинішніми? І так щоразу, тільки-но вони збільшаться? За що? Створення міжвідомчої комісії, котра, за вказівкою нового губернатора, має вивчити питання виділення землі в області за останні два роки, виглядає розумним рішенням. І є надія, що вона відповідь на всі ці запитання.

Євген Жовтяк говорив лише про землі, «отримані з грубим порушенням законодавства». Хочеться вірити, що при конкретизації терміна «грубі порушення» всім, хто багатий, не доведеться ворожити, чи будуть обставини одержання ними землі пораховані «грубими»... Переважна більшість київських бізнесменів усіх масштабів підтримувала революцію. «Ми своїми руками привели цю владу, чому ми повинні тепер її боятися?» – запитують вони.

Загалом земельне питання в Україні стане сьогодні для нової влади важким випробуванням на мудрість. І якщо його вирішення буде необдуманим, заснованим лише на популізмі, це викличе розчарування.

За темою «Заголовок»

1. Знайти заголовок для повідомлення з агентства.

Київ, 4 березня. УНІАН

«Я трохи стурбувався, що ця митна мафія має серйозний політичний дах серед депутатів Верховної Ради», – про це заявив віце-прем'єр-міністр України Микола ТОМЕНКО сьогодні на прес-конференції.

Як передає кореспондент УНІАН, за його словами, свідченням цього є те, що

вчора парламент не вніс до порядку денного сесії проект закону «Про внесення змін до Митного тарифу України».

М.ТОМЕНКО зазначив, що аргументи деяких народних депутатів про те, що необхідно захищати власного товаровиробника, не витримують в даній ситуації ніякої критики. За його словами, товаровиробників необхідно захищати, але й споживач має право вибирати, що якісніше та дешевше. М.ТОМЕНКО переконаний, що невинновим був вихід з ладу комп'ютера, який забезпечує роботу митниці. Він висловив сподівання, що Генпрокуратура та СБУ дадуть відповіді на запитання, які з цим пов'язані. Він вважає, що це «свідоме виведення комп'ютерної системи митниці з ладу для того, щоб знищити частину інформації, матеріалів про схеми, що відбувались на митниці». М.ТОМЕНКО вважає, що це є демонстрацією з боку «митної мафії», яка хоче показати владі, що вона «буде боротися і захищати себе в цій боротьбі».

Віце-прем'єр наголосив, що під час проведення заходів щодо контролю роботи митниць на деяких митних переходах надходження збільшились в десятки і сотні разів.

Як повідомляв УНІАН, сьогодні Верховна Рада прийняла у першому читанні проект закону про внесення змін до Закону «Про Митний тариф України», внесений Кабінетом міністрів України, але відмовилась його розглядати у другому читанні.

Як передає кореспондент УНІАН, за пропозицією голови ВР Володимира ЛИТВИНА повернутися до розгляду у другому читанні цього документа проголосувало лише 207 народних депутатів із необхідних 226-ти.

Міністр економіки Сергій ТЕРЬОХІН зауважив з парламентської трибуни, що «сьогодні черги на західних кордонах (України) сягають 17 кілометрів, і кожен день до кордонів підходять ще тисячі контейнерів», тому «ми отримуємо повний ступор економіки», якщо не ухвалимо зміни до Митного тарифу сьогодні. (УНІАН: наступний календарний тиждень не є пленарним).

С.ТЕРЬОХІН закликав депутатів «розрулити ситуацію».

В.ЛИТВИН доручив Постійному представнику Президента у парламенті Сергію СОБОЛЄВУ і Постійному представнику уряду у парламенті Сергію САСЮ провести консультації із групами та фракціями, після чого, можливо, парламент сьогодні повернеться до розгляду цього питання.

28 лютого Кабінет Міністрів України передав до Верховної Ради проект закону про внесення змін до Закону «Про Митний тариф». Цим законом передбачається скасування імпортного мита на банани, цитрусові та мобільні телефони. Крім того, передбачається вдвічі скоротити мито на білизну і встановити її на рівні 12%, утричі зменшити мито на взуття – до 10%, в 10 разів зменшити мито на пральні машини – до 5%, та в 5 разів – на пілососи, міксери, подрібнювачі та телевізори – до 10% UNIAN

2. Знайти заголовок для розширеного повідомлення.

Комітет з питань економічної політики, управління народним господарством, власності та інвестицій рекомендує Верховній Раді відправити на доопрацювання проект Закону «Про націоналізацію стратегічно важливих підприємств гірничо-металургійного комплексу України». Про це ІА «Гаряча лінія» повідомили в Інформаційному управлінні ВРУ.

Законопроект потребує доопрацювання, оскільки спочатку слід прийняти законодавчий акт про загальні порядок та умови примусового відчуження об'єктів права приватної власності, зазначають у комітеті. Окрім того, цей процес доцільніше здійснювати різними законами, а не одним, як пропонується проектом.

Також у законопроекті не визначено, які саме підприємства є стратегічно важливими, а які ні, і хто це має встановлювати.

Нагадаємо, що проектом закону про повернення в державну власність підприємств ГМК передбачається націоналізувати приватизовані підприємства гірничо-металургійного комплексу України, а також включити їх до переліку об'єктів права державної власності, що не підлягають приватизації.

На думку авторів законопроекту народних депутатів П.Симоненка та В.Матвеева, проект дозволить захистити стратегічні державні інтереси, створить додаткові робочі місця, підвищить життєвий рівень народу, ліквідує антидержавний монополізм на ринку залізорудної сировини і металу, створить економічні основи ефективної діяльності металургійних підприємств.

Автори також вважають, що прийняття такого закону підвищить рівень державного впливу у стратегічних галузях національної економіки, не допустить порушення конкурентного середовища на ринку залізорудної сировини, призупинить процеси, що спричиняють дестабілізацію металургійної галузі.

3. Запропонуйте мотивуючий заголовок до публікації, запропонованої до лекції 7 (**Журналістське розслідування: «Хто замовив «Сосновий бір»?»**).

4. Запропонуйте, які підзаголовки можна додати до конкретної публікації з української преси.

ПЕРСПЕКТИВИ БАЛТО-ЧОРНОМОРСЬКОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Із найважливіших для українців подій минулого року дві, як на наш погляд, посідають особливе місце. Це президентські вибори і розширення Європейського Союзу. Вибори глави держави, поза всяким сумнівом, матимуть визначальні

наслідки і на найближче майбутнє, і на подальшу перспективу. Так само розширення Євросоюзу, хоч і відбулося поза кордонами України, вже сьогодні розставляє свої акценти в нашій внутрішній і зовнішній політиці, впливає на вектори інтересу основних політичних сил країни.

Серед суто європейських ідей стосовно цього є одна, що має історичну, багатовікову природу. Відома як «шлях із варяг у греки», вона здавна трактувалася не лише як своєрідний засіб транспортного сполучення між землями Балтійського та Чорноморського Міжмор'я, а й як важливий фактор різноманітних зв'язків і єднання народів двох басейнів для спільних дій, передусім зовнішньоторгового та гуманітарного характеру. Як і всякий проект, він зазнавав різної динаміки, але кожного разу виривав у планах державників, включаючи Богдана Хмельницького, то з одного, то з іншого боку. А після розвалу Радянського Союзу вперше публічно про потребу Балто-Чорноморського співробітництва за активної участі України серйозно заговорив на саміті країн регіону у Вільнюсі 1997 року тодішній президент Литви Альгірдас Бразаускас. Ідея була підтримана і навіть практично розвинена в ініціативі Президента України про проведення відповідної зустрічі глав усіх заінтересованих держав в Криму у Ялті у вересні 1999 року. Паралельно відбувся й широкий обмін думками з цієї ж проблематики на міжнародній конференції. Участь у цих заходах взяли тоді політики й експерти 21 країни, котрі визначили доволі широкий спектр перспективних напрямів співпраці.

Зазначалося також, що конференція-саміт у Ялті підтвердила особливу роль Балто-Чорноморського регіону в забезпеченні стабільності, демократії, процвітання і безпеки всього євроатлантичного простору в ХХІ столітті.

Повертаючись до цієї теми, ми змушені з певним подивом констатувати: так широко заявлені в 1999 році наміри у тому ж таки році й заглинулись. Непівофіційний вирок, який з'явився по тому, був не менш категоричним, ніж декларації зустрічей на вищому рівні: «Формалізація та інституалізація зазначеного субрегіонального співробітництва на сучасному етапі не стоїть на порядку денному».

Відсутність якихось зведених даних про «програми та проекти» реалізації добрих намірів свідчить про бездіяльність, а швидше про проблеми, і не обов'язково місцевого характеру. Не всім навколо нас такі проекти до душі. Однак зрозуміло, що, коли б Україна відігравала свою консолідуючу роль так активно, як це було заявлено п'ять років тому, то результати Балто-Чорноморської співпраці були б значно вагомішими. А удари євророзширення – менш відчутними.

Економічною серцевиною ідеї Міжмор'я є транспортна складова. У лотому позаминутого фоку спільно з Білоруссю та Литвою в рамках міжнародного транспортного коридору № 9 було задіяно залізничний проект комбінованих

перевезен «Вікінг» за маршрутом Іллічівськ – Клайпеда. Здійснено вже десятки рейсів, що дали можливість у швидкісному режимі (1700 км за 50–60 годин) перевезти сотні автопоїздів та великотоннажних контейнерів. А наприкінці вересня між Україною й Туреччиною задіяно паромно-залізничну лінію, яка, на жаль, з українського боку завантажується поки приблизно на третину. І все ж вона відкриває перспективу стиккування з контрейлерною лінією Клайпеда – Іллічівськ. А це означає, що автопоїзди із Центральної Європи і Скандинавії можуть діставатися на залізничних платформах аж до Туреччини, уникаючи черг перед Босфорськими мостами. До того ж вихід країн «Варязького» моря до Чорного – це не просто вихід на п'ять окремих південних країн, а на весь Чорноморсько-Середземноморський басейн. Через ініціатора Чорноморського економічного співробітництва – Туреччину – та інші країни регіону могли б бути активізовані вигідні виходи й на Близький Схід.

Перші практичні кроки «Вікінга» доводять реальність таких передбачень. Під час балтійських візитів колишнього міністра закордонних справ України Костянтина Грищенка порушувалось питання про продовження маршруту до латвійської столиці. Такі новації наочно демонструють неправомірність певної зацикленості наших відносин лише на координатах Схід – Захід і мають особливо важливе значення для підтвердження транзитної привабливості України по вертикалі Південь – Північ і в наші дні. Необхідність розвитку паневропейських транспортних коридорів підштовхнула Київ до реалізації перспективного й масштабного проекту, що став своєрідним проривом у втіленні давньої ідеї Міжмор'я. В цьому контексті слід розглядати й перший український автобан Київ–Одеса.

Далеко не такий успішний поки гучний «проект століття» – базовий нафтопровід Одеса–Броди (–Гданськ), де українська сторона не виглядає такою ж цілеспрямованою, створивши «реверсні» проблеми і собі, і польським партнерам. Були сподівання, що Рік Польщі в Україні завершиться все-таки позитивними зрушеннями в реалізації підтриманих Євросоюзом планів прямого використання українського нафтопроводу. Проте поки оптимізм обмежується лише сподіваннями.

У всіх цих ситуаціях важливо, що на одному з полюсів у співробітництво задіяються країни, які вже чітко визначилися з своїми геополітичними пріоритетами і вирішили питання безпеки для своїх народів. Незважаючи на певну трансформацію у зв'язку зі вступом до Євросоюзу та НАТО, їхня економіка, що набула ринкових характеристик, швидко інтегрувалася в європейські торговельні та інвестиційні відносини і розвивається доволі динамічно. Російські аналітики вважають навіть, що регіон Балтійського моря розвивається швидше, ніж ЄС в цілому. Побожання, що новий статус наших колишніх партнерів при-

зведе до згортання традиційних зв'язків, поступово розвіюються. Це особливо помітно на активізації українсько-польсько-литовських відносин. Звичайно, є серйозні проблеми, передусім фінансово-інвестиційного та правового порядку. Але це якраз підтверджує потребу посилювати координацію зусиль, включаючи й пошук інвестицій з боку «парасолькових» європейських структур, заінтересованих в ефективності транскордонних транспортних мереж.

З балтійсько-«варязького» боку сигнали щодо цього подаються постійно. Україна, як і раніше, залишається бажаним партнером. Про це не раз наголошувала популярний литовський економіст і політик Казиміра Прунскене. «Я не втрачаю надії, – заявляла вона, – що Чорноморський альянс – не тільки наше історичне минуле з часів Великого Литовського князівства. Певні історичні мотивації залишилися й досі. Українці добре ставляться до нас, не вважають литовців колонізаторами, окупантами, тому що ми жили тоді дружно на основі європейського (того часу найпрогресивнішого) права». Не випадково й маршрут перебування президента Естонії Рюйтеля восени 2002 року в Україні проходив через Київ – Одесу – Крим, а серед пропозицій українській стороні пропонувалось використовувати можливості розвинених естонських портів для розширення своїх зв'язків із країнами Скандинавії і навіть Північної та Південної Америки, що традиційно й успішно робить Росія. Латвійський уряд не знімає з порядку денного ідею відновлення найкоротшого водного шляху «Даугава – Дніпро».

Важливим стимулятором розвитку цих зв'язків могли б бути українські громади, що історично склались у всіх практично країнах Балто-Чорноморської дуги, і, навпаки, поселенців тих країв в Україні. Це стало б органічним продовженням природних контактів людей з обох сторін, які так чи інакше підтримуються на родинному, культурному чи економічному рівні (зокрема моряків, залізничників, автомобілістів). До речі, на флоті балтійських країн завжди працювало чимало наших співвітчизників, а латвійський порт Лібава ще з 1874 року був зв'язаний з українським містом Ромни залізницею. Дивовижно, але залізничне сполучення з цією країною припинилося саме в роки Незалежності.

Серйозний потенціал співробітництва є й на іншому «полюсі». Туреччина (рейтинг якої зростає у зв'язку з довгоочікуваною – майже 40 років! – рекомендацією Єврокомісії розпочати переговори щодо вступу в ЄС) стала одним із найстабільніших наших чорноморських партнерів і рік у рік нарощує товарообмін з Україною. 2003 року він становив 1,7 млрд. дол. (для порівняння: з Польщею – 2,3 млрд. дол.). Майбутньому розвитку взаємин сприятимуть підписані минулого року протоколи з питань фінансування ряду українських проєктів, інвестиційний договір про розвиток систем комунікації, розширення міжбанківського співробітництва. Туреччина особливо відома у нас як марши-

рут «човникової торгівлі» і як регіон доступного літнього відпочинку. Але в самій Туреччині є потреба в зимовому туризмі, і цієї зими очікується перший чартерний авіарейс з Анталії в Карпати – нова форма взаємовигідного обміну послугами.

На жаль, разом з першими повідомленнями про зрушення в реанімації Балто-Чорноморської ідеї лунають і тривожні сигнали про напружені відносини між залізничними та морськими службами всередині Мінтрансу, претензії партнерів щодо порушення графіків перевезень, невиправданих тарифів на послуги, які можуть призвести до зниження конкурентоспроможності українського перевізника тощо. Отже ці проблеми потребують аналізу та термінового розв'язання на урядовому рівні.

Коли говорити про таку складову співробітництва, як безпека, то варто згадати перебіг VI Стокгольмської конференції 2002 року «Співробітництво та безпека в регіоні Балтійського моря. Розширення ЄС і після нього». На цьому «неукраїнському» форумі тема України як одного з ключових факторів європейської безпеки звучала у реєстрах високої поваги до нашої країни. Тон задав прем'єр-міністр Швеції Й. Перссон, аргументовано застерігаючи Євросоюз не трактувати Україну як другорядну позицію в своїх розрахунках, а поглиблювати співробітництво з нею в інтересах всієї європейської та євроатлантичної спільноти. Його підтримали президенти Польщі й Литви, які підкреслили стратегічний характер відносин своїх країн з Україною. А. Квасньневський наголосив, зокрема, на важливості розвитку співпраці НАТО з Україною, яка має «значний військовий потенціал, що може бути дуже корисним з погляду посилення оборонної спроможності Європи». Звісно, про це знають у євроатлантичних штабах. Проте не секрет, ставляться до українських можливостей вибірково, знаючи мінливі позиції українського керівництва.

Час від часу лунають голоси про таку форму безпеки, як демілітаризація Чорноморського басейну. Немає сумніву, що це відповідало б національним інтересам і України, й інших держав. Вважаємо, можна було б піти й далі – проголосити Чорне море вільним від ядерної зброї, що зміцнило б загальну атмосферу довіри між країнами й народами.

Навіть цей фрагментарний огляд ситуації навколо однієї з важливих українських ініціатив показує і серйозність проблем її реалізації і невикористані можливості. Проте очевидно, що багатостороннє співробітництво в Чорноморсько-Балтійському регіоні не надумане, а життєздатне і перспективне. Воно гідне того, щоб про нього згадували не лише на високих рівнях раз у п'ять років, а займалися ним постійно, кваліфіковано і серйозно. Не чекати біля моря погоди, а творити її. Україні, що є вузловою ланкою вісі Південь-Північ, як кажуть, сам Бог велів бути активним координатором міжнародних зусиль. Спільно з Радою

держав Балтійського моря та Організацією Чорноморського економічного співробітництва. Цьому, до речі, має сприяти й прийнятий 24 червня минулого року Закон України «Про транскордонне співробітництво».

До того ж не треба забувати про конкуренцію: те, що сьогодні ще може робитися з участю України, завтра може бути реалізоване й без неї.

До лекції 8 (за темою «Вріз»)

1. Знайти жанрові помилки у врізі в запропонованій публікації з української преси.
2. Написати вріз до даної публікації.

ВАРШАВА БЛИЖЧЕ. ДО КИЄВА ПРИБУВАЄ ПРЕМ'ЄР-МІНІСТР ПОЛЬЩІ МАРЕК БЕЛКА

Офіційний візит польського голови уряду розрахований на неповні два дні – 3-4 березня, впродовж яких заплановано зустрічі з Президентом Ющенком, Прем'єром Тимошенко, спікером Верховної Ради Литвином, а також підписання кількох угод, зокрема угоди про економічну співпрацю.

Власне, йдеться про «перереєстрацію документації», позаяк згадана угода враховує нові польські реалії, пов'язані з її членством у Європейському Союзі та СОТ. Відповідно до цього документа, на базі колишньої змішаної польсько-української комісії буде утворено нову комісію з питань економічної співпраці. «Підписання угоди підтвердить, що після вступу Польщі до ЄС Україна залишається нашим важливим економічним партнером», – свідчить повідомлення Центру інформації уряду Польщі, підкреслюючи, що «ударною силою» нового документа є «створення сприятливого клімату навколо польських економічних ініціатив на українському ринку».

Помітно, що польсько-український діалог на найвищих рівнях значно динамічніший за українсько-російський. За місяць з невеликим відбулися і зустрічі президентів Ющенка та Квасневського в Кракові, і візит маршалака Сейму Цимошевича до Києва, сьогодні – візит Белки, на часі (орієнтовно наприкінці березня) – візит міністра закордонних справ Ротфельда у парі з його німецьким колегою Фішером та, ймовірно, з французьким – Барньє. У Варшаві недавно говорили і про можливий приїзд Александра Квасневського до Києва для того, аби в останні дні березня урочисто закрити Рік Польщі в Україні, проте, як стало відомо «УМ», візит польського президента планується не раніше, ніж у червні.

Марек Белка, представник правлячої Соціал-демократичної лівиці, став на

чолі уряду в травні минулого року, відразу потому, як Польща вступила до Європейського Союзу. Польський прем'єр – яскраво виражений «прозахідник», що продиктовано його біографією: він здобував економічну освіту в США, працював радником у Світовому банку та інвестиційній компанії JP Morgan, а до призначення прем'єром уряду був головою міжнародного координаційного комітету в Іраку, простіше – заступником керівника Тимчасової адміністрації Іраку Пола Бремера. Нам він пам'ятний тим, що 25 листопада, в перші дні помаранчевої революції, коли світові лідери ще «вивчали ситуацію», тобто мовчки спостерігали за кийвським Майданом, Marek Belka в інтерв'ю кільком польським агенціям відверто назвав вибори «брутальною маніпуляцією».

Напередодні нинішнього візиту пана Белки президент Квасневський, перебуваючи в Берліні, заявив, як передає «Німецька хвиля», що Польща розраховує на підтримку Німеччини у справі долучення України до інтеграційних процесів на європейському континенті і що Варшава готує «набір промощійних дій, так званий Пакет дій для України». Проте не євроінтеграцією єдиною, хоч це і є найактуальніша, модна в українсько-польських спілкуваннях тема. Так, до візиту Марека Белки зринули дві теми для нелегких обговорень: остаточно рішення РНБО України про виведення нашого контингенту з Іраку (яке додасть технічних проблем полякам, у зоні відповідальності котрих перебувають український миротворчий батальйон), а також – продовження історії з «дублем 2» приватизації металургійного комбінату «Гута Ченстохова» (напфрікінці минулого тижня конкуренту Індустріального союзу Донбасу – концерну LNM, який тепер називається Mittal Steel – було надано виняткове право на ведення переговорів про придбання згаданого комбінату).

Окрім того, не найкращим тлом для сьогоднішніх переговорів є хистке становище польського кабінету – учора Сейм обговорював можливість голосування щодо вотуму недовіри уряду, було вирішено розглянути це питання в парламенті 5 травня. Незважаючи на це, «українське питання» є і, вочевидь, залишається надалі чи не єдиним, у чому політикум Польщі є цілковито одностайним.

3. До запропонованого до лекції 7 тексту (**«Перспективи Балто-Чорноморського співробітництва»**) знайти вріз, інший заголовок, підзаголовки.

4. Переробити перше речення до запропонованого тексту.

ВИРОБНИКИ ТЮТЮНУ ЗВЕРНУЛИСЯ ДО ТИМОШЕНКО

Виробники тютюнової продукції повідомили, що, згідно із заявами Міністерства фінансів, найближчим часом планується ще одна суттєва зміна в системі оподаткування, яка передбачає підвищення на 1% адвалорної (відсоткової)

складової акцизного збору і фіксацію її таким чином, щоб розмір акцизу не був нижчим 22% від ціни продажу. Тютюновиробники продукції звернулися до Кабінету міністрів з проханням залишити існуючу систему оподаткування тютюнових виробів.

Про це на прес-конференції заявили представники компанії *Philip Morris Україна*, *JTІ Україна* та «Галлахер Україна» з посиланням на відкритий лист, надісланий прем'єр-міністру Юлії Тимошенко та міністру фінансів Віктору Пинзенику.

За останні півтора роки ставки акцизного збору на тютюнові вироби змінювались тричі, останні зміни набули чинності з 1 січня 2005 року.

Тютюновиробники вважають, що така зміна принципово змінить діючу систему, яка довела свою ефективність завдяки стабільному зростанню бюджетних надходжень.

Запропонована зміна заміняє мінімальну складову на мінімальну частку акцизу в ціні сигарет, в результаті чого із системи оподаткування зникає елемент, котрий би гарантував прогнозованість надходжень до держбюджету. Такої системи не існує в жодній країні Європейського Союзу (експеримент в Росії виявився невдалим).

Виробники тютюну вважають, що дані зміни не відповідають заявам уряду щодо прозорості законодавчого процесу, оскільки відбуваються без консультацій з учасниками індустрії.

Тютюновиробники звернулися до Тимошенко з проханням створити робочі групи з залученням всіх учасників галузі для забезпечення прозорості законодавчого процесу та розробки довгострокового стратегічного підходу до акцизного законодавства в Україні.

Phillip Morris Україна, *JTІ Україна* та «Галлахер Україна» займають близько 60% ринку тютюнової продукції України.

На сьогоднішній день, згідно з законом про ставки акцизного збору на тютюнові вироби, акциз на сигарети без фільтру складає 5 гривень за 1 тис. штук і 5% від продажу, на сигарети з фільтром – 11,5 гривень за 1 тис. штук і 5%, на сигари – 20 гривень за 100 штук і 5%.

Згідно з законом про державний бюджет на 2004 рік, при визначенні зобов'язання з виплати акцизу на тютюнові вироби, що обчислюються в відсотках від обороту з продажу товару, розмір такого зобов'язання не може бути меншим однієї третини установленого законом ставки акцизу на відповідний тютюновий виріб в твердих сумах за 1 тис. штук.

На українському ринку працюють 15 підприємств з випуску тютюнових виробів. Ємкість тютюнового ринку фахівці оцінюють в 85-90 млрд. сигарет на рік.

До лекції 9

(за темою «Закінчення тексту, вставки й виноси»)

1. Написати закінчення до запропонованого інформаційного тексту.

БОГОСЛОВСЬКА: «ВЛАДІ НЕМАЄ ЧОГО ЛІЗТИ В ЕКОНОМІКУ»

Екс-голова Державного комітету з питань регуляторної політики і підприємництва Інна БОГОСЛОВСЬКА закликає нову владу не захоплюватися перерозподілом власності.

Про це вона заявила сьогодні на прес-конференції в УНІАН.

«Це дуже погано і, з моєї точки зору, сьогодні Президент повинен втрутитися в ситуацію», – сказала вона.

«Якщо зараз, як і раніше, так розхитуватиметься економіка, як вона розхитується, я думаю, що ми матимемо дуже погані економічні наслідки», – додала І.БОГОСЛОВСЬКА.

Вона висловила думку, що зараз владі немає чого «лізти в економіку», якщо в економіці і так були дуже непогані результати за минулий рік.

«Наводьте лад в інституційних речах, в державній службі, у бюрократії, в корупції, в судово-виконавчій структурі, в аудиті витрат – наведіть інституційні порядки, і економіка сама зрозуміє, що їй створюють нормальні умови для діяльності», – сказала екс-голова Держкомпідприємництва.

Кажучи про ситуацію навколо «Прикарпаття» і «Полтаваобленерго», І.БОГОСЛОВСЬКА заявила, що бачить дві причини: об'єктивну і суб'єктивну.

Об'єктивна, на її думку, полягає в тому, що будь-яка нова влада спочатку несе послаблення контрольних функцій влади. «Тому природне виникнення хаосу. Перерозподіл власності – це руйнівна тенденція», – підкреслила вона.

Суб'єктивна ж причина, на її думку, полягає в появі безграмотних з погляду економіки і більшовицьких з погляду ідеології гасел про глобальну реприватизацію. «Все це привело до того, що скривджені старою владою, зокрема й підприємці, порухували, що революція, яка була на майданах, народна революція, може перетворитися на революцію з дерібану власності», – сказала І.БОГОСЛОВСЬКА.

2. Написати два можливі завершення до аналітичного тексту.

ДЕШЕВІ ГРОШІ. РОЛЬ ІНОЗЕМНИХ ГРОШЕЙ У БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ КРАЇНИ ЗРОСТАЄ

Найбільш чітко поставленим перед новим урядом завданням є інтеграція України в світовий економічний простір і зближення з Європейським Союзом. Мета стратегічна й багато в чому визначає всю подальшу долю нашої країни. Завдання-мінімум – вступ у Світову організацію торгівлі (СОТ) і визнання рин-

кового статусу нашої економіки – уряд збирається вирішувати вже найближчими місяцями. Що очікує нас на цьому шляху, попередній уряд так і не спромігся до пуття визначити. А новий уряд, схоже, не встигає глибоко аналізувати наслідки. Тим часом наслідки зачеплять практично всіх. Уже нинішнього року ми зможемо їх відчувати. Першою на відкритість економіки реагує найвразливіша її ланка – фінансова система.

Приплив іноземного капіталу передусім позначиться на ціні грошей і масштабах присутності закордонних фінансових інститутів. Вітчизняні банкіри вже починають серйозно готуватися до життя в новій ситуації. Це виражається в прискореному розвитку роздрібу й серйозному розширенні філіяльних мереж. У нових умовах згадані чинники можуть виявитися вирішальними для збереження ринкової частки банків, а за необхідності дозволять продати фінансові установи за вищою ціною.

Перше, з чим доведеться змирнитися вітчизняним банкірам, це з присутністю на території України філій закордонних банків. Банкірське лобі в парламенті, очевидно, буде змушене уступити, і відповідний закон ухвалить уже найближчим часом.

Другий неприємний момент для українських банків, це можливе істотне зниження дохідності операцій або просто втрата солідних корпоративних клієнтів. Те, що іноземні інвестиції зростуть уже в 2005 р., в українських фінансистів не викликає сумніву. Питання лише в термінах і масштабах. Дешевші гроші, без сумніву, становитимуть конкуренцію кредитам вітчизняних банків.

Українські банкіри вже відчували смак дешевих іноземних грошей. 2004 року практично всі поважні банки встигли позичити за рублем дешевші ресурси, які стали реальною альтернативою депозитів. Нинішнього року вітчизняні банкіри планують брати в борг більше й на ще вигідніших умовах. Процес запозичень розпочався відразу ж після стабілізації політичної ситуації.

Наприкінці січня 45 млн. дол. синдикованого кредиту угоду за яким було підписано ще в середині листопада, отримав Укрсоцбанк (організаторами виступили Deutsche Bank AG London і ING Bank N.V.). Хорошим знаком для вітчизняного ринку стало й успішне дорозміщення євробондів Укрексімбанком. Він зміг продати паперів на 100 млн. дол. При цьому фінансистам вдається залучати досить дешеві й довгострокові кошти. П'ятилітні облигації Укрексімбанк розмістив на ринку під 7,75 % річних, а річний синдикований кредит Укрсоцбанк одержав під $libor + 3,8\%$ річних ($libor$ на той момент становив 3,31 %). Це вигідніше, ніж залучати кошти на внутрішньому ринку, де за валютними депозитами нині доводиться платити 9–11 %, а за гривню – 15–20 % річних. Стрімке зростання синдикованого кредитування й випуску облигацій, за прогнозами фахівців, очікується вже цього року.

Водночас збільшується і присутність банків із 100-відсотковим іноземним капіталом. На Україну дедалі пильнішу увагу звертає російський капітал. Першим поточного року отримав свідоцтво про реєстрацію Зовнішторбанк (Україна). Уже в березні банк планує одержати ліцензію. Це четверта «донька» російських банків в Україні. Для початку Зовнішторбанк збирається обслуговувати компанії, чий фінансові потоки в основному проходять між Росією й Україною. Проте він не збирається замикатися виключно на корпоративних клієнтах, і через рік готовий запропонувати свої послуги фізособам. Банк планує відкрити філії в Донецьку, Дніпропетровську, Харкові, Одесі, Запоріжжі, Миколаєві та Львові.

Серйозно зацікавилася українським ринком і найбільша в Росії інвестиційна група «Ренесанс Капітал». Зовсім недавно вона придбала нефрмітний київський банк «Лідер». Нові господарі «Лідера» планують створити на його основі потужний банк споживчого кредитування. Главою правління банку призначено досить відомого фінансиста Віталія Мігашка, котрий очолював до цього Енергобанк, а ще раніше – інший банк із російським капіталом – «НРБ-Україна». За словами керівництва «Ренесанс Капітал», банк стане найбільшим проектом групи в Україні й розпочне активну діяльність уже в II–III кварталі 2005 року.

Уже присутність на ринку цих двох російських велетнів справить серйозний вплив на рівень конкуренції серед українських банків. Поряд із зростаючим впливом дешевших іноземних грошей це може відбутися на рівні кредитних і депозитних ставок. Тим паче, що процес тільки починає набирати обертів. На сьогодні в Україні склалася унікальна ситуація – ціна грошей одна з найвищих у світі й у кілька разів вища, ніж у найближчих сусідів, зокрема й у Росії. Ясна річ, цей факт не залишається непоміченим, і іноземний капітал рушає в Україну. Відлякує інвесторів лише підвищений рівень фізиків і нестабільність наших законів. Щойно закордонні фінансисти отримують однозначні сигнали про безпеку своїх вкладень, потік інвестицій зростає багаторазово. Чи зможуть вітчизняні банки зберегти свої позиції – питання далеко не однозначне. У будь-якому разі ставки почнуть знижуватися. Банкіри прогнозують: уже до кінця цього року їхній рівень знизиться на 3–5%. Стримуватиме їхнє зниження нинішнього року лише рівень зростання цін. Ціна грошей не може бути нижчою від інфляції.

В умовах посилення боротьби за клієнта українським банкам доведеться пожертвувати рівнем своєї рентабельності й серйозно переглянути свої підходи до бізнесу. У принципі цей процес уже розпочався два роки тому – банки повернулися обличчям до дрібного клієнта й населення, запропонувавши широкий спектр кредитів для малого й середнього бізнесу та споживче кредитування для громадян. Водночас усі банки, котрі претендують на роль роздрібних, активно розвивають філіяльну мережу.

Цього року процес підстьобують знов-таки іноземні гроші. У банків з'явилися

додаткові стимули розвивати мережу. У великих роздрібних банків більше шансів отримати іноземні позики чи залучити прями інвестиції.

Так, за словами голови правління Укргазбанку Вадима Ляшка, його банк не виключає можливості залучення стратегічного портфельного інвестора для участі в своєму капіталі. Він також бачить можливим і залучення цього року синдикованих кредитів з-за кордону. Нині створюється база для переговорів із іноземними партнерами – банк проходить аудит міжнародного рейтингового агентства Moody's. Очікується, що він завершиться вже в березні. Підвищувати вартість банку перед гаданим продажем пакета акцій будуть за рахунок розширення філіальної та клієнтської бази.

Аналогічну діяльність розвивають й інші поважні банки. У цілому згадані процеси, безумовно, позитивно позначаються на розвитку нашої економіки й банківської сфери зокрема. Образливо лише, що часи прибуткових депозитів для населення справді незабаром закінчаться.

3. У розгорнутій економічній публікації запропонувати, що варто було б винести у вставки.

УКРАЇНСЬКИЙ АВІАРИНОК: ПЕРСПЕКТИВНИЙ, АЛЕ ВРАЗЛИВИЙ.

Стрімкому зростанню авіаційних перевезень у нашій країні не стала на заваді навіть світова паливна криза. А найбільшим ризиком для подальшого розвитку галузі є чинники не економічні, а політичні. Причому не зовнішні, а внутрішні

Динаміку розвитку індустрії авіаперевезень уже давно визнано одним із ключових індикаторів економічного благополуччя конкретних регіонів і світу в цілому. Як правило, пасажирські авіаперевезення одними з перших реагують на зміну макроекономічного клімату. Підбиваючи підсумки 2004 року, Міжнародна організація цивільної авіації зазначила, що регулярними рейсами за цей період скористалися 1,8 млрд. людей, а в цілому обсяг перевезень пасажирів збільшився практично на 6%.

Правда, попри такі оптимістичні результати, авіакомпанії все одно зазнали збитків: дався взнаки негативний вплив низки чинників – від політичних (ескалація тероризму в різних куточках планети) до екологічних (пташиний грип у Південно-Східній Азії). Проте найвідчутніше на фінансових показниках перевізників позначилося стрімке зростання цін на нафту, які досягли торік рекордних позначок. За оцінками експертів, паливна криза «відібрала» в галузі близько 9% зростання. «Щорічні витрати на паливо збільшилися на 8–12 млрд. дол., це заважатиме перевізникам повернутися на рівень рентабельності», – прогнозує глава International Air Transport Association (IATA) Джованні Бозінґяні.

Подорожчання авіагасу внесло певні корективи й у діяльність українських перевізників, які виконують міжнародні рейси, а отже, інтегрувалися у світову авіаекономіку. Кілька разів протягом року ціни на квитки підвищувалися через запровадження спеціальної паливної надбавки (4–7 дол. за переліт в один кінець), що фактично йшла в «кишеню» заправним компаніям. Справедливості заради варто відзначити: ця тенденція глобально не вплинула на темпи розвитку вітчизняної авіагалузі.

Як відомо, уже протягом кількох років зростання обсягу пасажирських перевезень українськими авіакомпаніями щороку становить щонайменше 30%. Оптимістичні прогнози виправдалися й цього разу: за даними Державіаслужби, за минулий рік вітчизняні авіакомпанії перевезли на 36,2% пасажирів більше, ніж у 2003-му (для порівняння: у Росії зростання становило 14,8%. – Авт.). Такий прорив галузі на тлі скромніших світових показників змусив експертів говорити про Україну як про один із найперспективніших ринків Східної Європи.

Ставка на зростання

Поки європейські й американські перевізники ставлять завдання відродити власні позиції зразка 2000 року, українські авіакомпанії напроцують присутність на зовнішніх ринках. Лише за минулий рік їхній міжнародний трафік збільшився на 37,9%. У відповідь на зростаючий попит вітчизняні компанії вкладають кошти в розширення маршрутних мереж, збільшення частоти польотів на існуючих напрямках і в оновлення флоту. І ці зусилля дають позитивний ефект: у загальних обсягах перевезень на міжнародних лініях частка українських компаній становила практично половину – 49,9% (у 2003-му цей показник, за даними Державіаслужби, дорівнював 46,7%). Іншу частину міжнародних пасажирів обслуговують іноземні авіакомпанії (в Україні їх представлено 48).

Стосовно розстановки сил на ринку, то лідерство за темпами й обсягами перевезень із значним відривом від інших гравців традиційно утримують авіакомпанії «АероСвіт» і «Міжнародні авіалінії України» (МАУ), котрі контролюють у цілому 53% загальнодержавних перевезень (33 і 20% відповідно).

Лідери постійно збільшують обсяги перевезень: у «АероСвіту» зростання торік досягло 53, у МАУ – 25,5%. Кожна з компаній дотримується стратегії розвитку. «АероСвіт» відкрив п'ятий безпосадковий далекомагістральний рейс – на Пекін (КНР), а також зміцнив позиції на північноамериканському ринку, збільшивши частоту польотів на маршрутах до Нью-Йорка (США) й Торонто (Канада). Такі кроки спрямовані не лише на задоволення існуючого попиту на сполучення між Україною й іншими країнами, а й на залучення особливої категорії пасажирів – транзитних. Вони, як правило, літають між Західною та Східною півкулями з пересадкою в європейських аеропортах. Таким чином, національний перевізник втрутився в конкуренцію глобальних авіакомпаній,

трохи підкоригувавши русло міжнародного трансферного потоку. Тепер у його фарватер потрапив і аеропорт «Бориспіль».

Відзначимо також, що з 2004 року «АероСвіт» виконує рейси до Санкт-Петербурга (Росія), Кишинєва (Молдавія), Баку (Азербайджан) і Каїра (Єгипет). Кожен із цих маршрутів також дасть змогу збільшити трансферну складову в загальному пасажиропотоку авіакомпанії.

Свою чергою МАУ, маючи розгалужену маршрутну мережу по Західній Європі, торік звернули свій погляд на Близький Схід і Північну Африку, відкривши повітряне сполучення з Кувейтом і Триполі (Лівія). Очевидно, зміцнення ділових зв'язків між країнами сприяє збільшенню прямого пасажиропотоку між Києвом і столицями цих арабських держав. У Європі також високий інтерес до згаданого регіону, і МАУ мають намір скористатися з цього, запропонувавши іноземному пасажиру переліт на Схід через столицю України. Також авіакомпанія змогла розкрити потенціал таких уже досить розкручених напрямків, як Київ–Лондон і Київ–Цюріх, зробивши рейси в ці ключові європейські аеропорти щоденними.

Загалом підвищення конкурентоспроможності провідних національних авіакомпаній засвідчує й «коефіцієнт зайнятості крісел» – співвідношення кількості пасажирів на рейсі до загальної кількості місць на борту літака. За минулий рік МАУ поліпшила цей показник на 8 відсоткових пунктів, до 55,5%, а «АероСвіт» – на 7,5, до 74%.

Продовжують нарощувати обороти і дві інші компанії з четвірки лідерів. Тут, щоправда, відбулася рокіровка. У 2004-му в боротьбі за «бронзу» авіакомпанія «Донбасаеро» (перевезла 321 тис. пасажирів) поступилася «Українським Середземноморським авіалініям» (UM Air) (377 тис. пасажирів). Останніми роками обидва авіаніприємства прагнули до експансії на міжнародні ринки. Можливості для розвитку маршрутних мереж їм було надано, що й стало серйозною передумовою стрімкого зростання перевезень. Відповідно до поданих заявок, «Донбасаеро» в 2003–2004 рр. здобула право літати по 26, а UM Air – по 29 міжнародних повітряних лініях. До слова, маршрутні надбання компаній-лідерів за цей самий період набагато скромніші: МАУ за останні два роки отримали 11 призначень на міжнародні напрямки, а «АероСвіт» – 13.

Не варто забувати, що поряд із посиленням позицій за кордоном вітчизняні авіакомпанії продовжують збільшувати свою присутність і на внутрішньому ринку. Майже дворазове торішнє зростання цін на паливо негативно позначилося на рентабельності рейсів. Проте завдяки спільним зусиллям перевізників, аеропортів і «Укראерофуху» тарифи на авіаподорожі по країні залишилися, як і раніше, досить демократичними. У результаті обсяги перевезень на внутрішніх маршрутах не лише не знизилися, а й зросли порівняно з 2003 роком майже на третину – до 743,7 тис. пасажирів.

Повітряні «бої» за національні інтереси

У цілому успішний для національних авіакомпаній 2004 рік ознаменувався низкою гучних скандалів. Деякі з них, очевидно, матимуть продовження.

Поновлення повітряного сполучення зі столицею Китаю ускладнилося конфліктом між одним із провідних українських перевізників і російською авіавладдою («ДТ», № 21). Річ у тому, що новий для «АероСвіту» маршрут на Пекін частково пролягав російським повітряним коридором, і наші північні сусіди вимагали від української компанії роялті за право безпосадкового прольоту над територію своєї країни. Апелюючи до норм міжнародного права, авіакомпанія наполягала на безпідставності таких «поборів». «АероСвіт» собі на збиток продовжував літати в Піднебесну, оминаючи повітряний простір Росії. Проте розраховувати на те, що авіакомпанія і надалі спонсоруватиме польоти до Китаю, було б наївно. Стало зрозуміло, авіасполучення з дуже важливим для України геополітичним і економічним партнером – під загрозою зриву.

У врегулюванні суперечки взяла участь українська авіаційна влада, котра разом із перевізником змогла відстояти позицію національної компанії. А ключем до успіху в переговорах стали жорсткі адекватні заходи, вжиті стосовно провідного російського перевізника – «Аерофлота». На сьогодні маршрут регулярних прямих рейсів Київ – Пекін пролягає через кілька країн, зокрема й над територією РФ. Це, до речі, дозволило «АероСвіту» збільшити кількість безпосадкових польотів між столицями України й Китаю до двох на тиждень.

За іншим сценарієм розвивався українсько-німецький «небесний» конфлікт. На період літньої навігації 2004 року перевізники з України й Німеччини планували збільшити кількість польотів між країнами (для нас тоді – другий за обсягами ринок перевезень після російського). Так, Lufthansa прагнула записати до свого активу другий щоденний рейс на Мюнхен (до вже наявних у розкладі щоденних польотів у Франкфурт і столицю Баварії). Своєю чергою, до МАУ, традиційного українського перевізника на німецькому напрямку, додалося ще кілька вітчизняних авіакомпаній: UM Air, «Донбасаеро» та «Дніпроавіа», котрі бажали реалізувати отримані призначення на польоти до Кельна, Нюрнберга й Ганновера. Правда, райдужним перспективам не судилося справдитися: авіаційна влада двох країн не змогла домовитися про паритетність повітряного сполучення.

На думку українських експертів, причини цього конфлікту – у внутрішньому політичному тиску, якому свого часу не зміг протистояти український авіаційний департамент, не будучи самостійним органом влади й не маючи достатньої підтримки в Міністерстві транспорту. Річ у тому, що в період від кінця 2003-го до квітня 2004-го деякі наші перевізники вельми зацікавилися німецьким напрямком. Саме в цей час дві компанії, яких вважають порушниками спокою на

цьому ринку, отримали всі свої призначення в пункти Німеччини: «Донбасаеро» – два, UM Air – цілих шість. У результаті, якщо з боку Німеччини на всю квоту претендувала в основному Lufthansa, то інтереси нашої країни виявилися розмиті між чотирма авіакомпаніями. Кожна з них хотіла максимально скористатися наданими їй правами, не висловлюючи бажання консолідувати позиції й вести принциповий діалог із німецькою стороною.

У жовтні-листопаді минулого року конфлікт знову загострився. Українська авіаційна влада до цього часу формально отримала статус самостійного органу. Проте через досить тривалий процес реформування, як і раніше, була не в змозі діяти рішуче й оперативно. Вирішити врешті-решт «німецьке» питання Державіаслужбі України вдалося лише минулого тижня, коли вона почала функціонувати в повному обсязі своїх повноважень. Кінцевими пунктами головних маршрутів були визначені у Німеччині – Франкфурт, Мюнхен і Берлін, а в Україні – Київ. Чітко погоджено квоту на виконання рейсів між цими містами: на кожну з країн припадає по 21 польоту на тиждень. Знято численні обмеження на регулярні рейси між іншими регіонами України та Німеччини.

Проте результатом піврічної конфронтації стало значне звуження українсько-німецького ринку перевезень, а його основні гравці оцінили щомісячний недоотримуваний прибуток у сотні тисяч доларів.

Перелічені прецеденти досить показові. Вони демонструють вирішальну роль авіаційної влади в справі захисту інтересів національних перевізників України. І підтверджують, як важливо в інтересах держави наділити авіаційну владу достатніми правами та ступенем свободи для прийняття адекватних ситуації рішень.

Із життя авіаторів і залізничників

Світовий досвід переконує, що вразливій до політичних змін авіаіндустрії, особливо в період її становлення та розвитку, потрібен грамотний лобіст в особі держави. Свого часу європейські уряди створили умови, які дали можливість локальним компаніям розвиватися й міцніти – захистили їх дуже жорсткою протекціоністською політикою. Згодом державам Єврозони стало вигідно стимулювати процеси об'єднання й консолідації перевізників, вимагати відкриття кордонів і розширення прав для своїх авіакомпаній, які вже «наростили м'язи».

Авіаційну політику нашої держави сьогодні також спрямовано на те, щоб допомогти вітчизняним перевізникам підготуватися до вільної конкуренції. Щоправда, деяку плутанину в її реалізацію вносить той факт, що державний орган управління цивільною авіацією є «рекордсменом» за кількістю реорганізацій. Авіаційна влада в різний час була то «під крилом» транспортного відомства, то в безпосередньому підпорядкуванні Кабінету міністрів. Одна з останніх (але, очевидно, не остання) зміна місця авіаслужби в транспортній ієрархії сталася торік.

Будучи в складі Мінтрансу, авіаційний департамент для Георгія Кірпи мав другорядне значення порівняно із залізницею. У жорсткій відомчій управлінській вертикалі авіаторам часто доводилося зіштовхуватися зі штучними перешкодами. Група працівників колишнього Укравіатрансу в розмові з кореспондентом «ДТ» відзначила особливу ретельність, із якою високопоставлені залізничники традиційно вивчали отримані для візування авіаційні документи. Іноді бюрократична тяганина призводила до того, що візи на нормативно-правових актах, які надсилалися на реєстрацію до Мін'юсту, збирали до трьох місяців. Природно, про якое оперативне реагування на проблеми й мови бути не могло.

Чи відбувалося все це навмисне, чи через природну допитливість чиновників, співрозмовники «ДТ» стверджувати не беруться. Утім, не секрет, що стосунки з авіаторами в Георгія Кірпи якое від самого початку не склалися. Настрії цей передався далі «по шпалах» – усьому оточенню міністра.

Усі перелічені причини, доповнені певними рекомендаціями міжнародних авіаційних організацій, і спричинили гучний «шлюборозлучний» процес. Стартував він у середині липня 2004 року, коли вийшов президентський указ про створення на базі міністерського департаменту нового центрального органу виконавчої влади – Державної служби з нагляду за забезпеченням безпеки авіації (Державіаслужби). Підпорядковувався він безпосередньо Кабінету міністрів. Це була шоста за роки незалежності України реформа органів управління цивільною авіацією. І, можливо, найболючіша.

Поділ спільно нажитого майна відбувався хаотично. Не бажаючи миритися з тим, що авіація «летить» із Мінтрансу, відомство під різними приводами на кілька місяців затримало передачу в управління новому органу влади так званих держпідприємств подвійного підпорядкування. Серед них – три державні аеропорти, включаючи ДМА «Бориспіль», Держпідприємство з обслуговування повітряного руху України «Украерофух», а також кілька великих регіональних державних авіакомпаній. Як результат, з липня по грудень минулого року Мінтранс уже, а Державіаслужба – це не могли вступити в права засновників цих підприємств. Тобто було заблоковано питання, які належать до компетенції засновників, зокрема кадрові рішення, питання стратегічного розвитку цих підприємств. Проблему поглибило те, що частина керівництва Кабінету міністрів пішла на вибори.

Із жовтня 2004-го припинив засідання профільний урядовий комітет. А саме до його компетенції, відповідно до прийнятої процедури, належав попередній розгляд проєктів постанов і винесення їх на засідання Кабміну. Унаслідок цього місяцями не вирішувалося багато питань функціонування новоствореного органу влади. Приміром, його штатний розклад було затверджено лише перед самим

Новим роком – 30 грудня. І тільки в січні в Державіаслужбі розпочався прийом на роботу працівників.

Знаковою подією вже нинішнього року може стати сьома за ліком і друга за останні півроку чергова реформа авіаційної влади. І тоді, очевидно, із керованістю в пасажирській авіації знову не складеться – тепер уже до літа. Цілий рік роботи в «ручному» режимі може призвести до непередбачуваних наслідків. При цьому авіаторів передусім непокоять навіть не питання економічного регулювання галузі, а така вразлива сфера, як безпека польотів. Адже від її стану залежить життя людей – понад 3 млн. пасажирів, перевезених за рік лайнерами українського авіапарку.

Утім, експерти-оптимісти не виключають і такого сценарію розвитку подій, який дозволив би авіаційній владі зберегти свій нинішній статус центрального органу виконавчої влади й водночас «мирно» координувати свої дії з транспортним відомством.

СЛОВНИК НАЙУЖИВАНІШИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ

Акциз (*accise – франц., excise – англ.*) – податок, що стягується за виробництво чи продаж конкретних видів продукції. В ідеалі цей податок є способом обмеження щодо споживання певних шкідливих продуктів (наприклад, алкоголю чи тютюну).

Валюта (*devisе – франц., currensey exchange – англ.*) – грошова одиниця однієї країни, представлена у відповідності до іншої. За походженням – банківський термін, популяризований для здійснення обмінних грошових операцій.

ВВП, валовий внутрішній продукт (*PIB, produit Interier Brut – франц., GDP, Gross Domestik Product – англ.*) – вимірює багатство країни і вираховується як сума доданих вартостей в країні на рік. Додана вартість – це ціна переробки сировини в готовий продукт або в напівфабрикат.

Всесвітня Організація Торгівлі (*Organisation Mondiale du Commerce – англ.*) – офіційно існує з 1 січня 1995 року. СОТ є вислідом міжміністерської конференції країн – учасниць ГАТТ від 1994 року (Маракеш). СОТ працює як міжнародний орган, що здійснює нагляд за виконанням домовленостей ГАТТ та розв'язує суперечки в міжнародній торгівлі.

ГАТТ (*Le GATT – Accord General sur le Tourisme et le Commerce – франц., General Agreement on Tariffs and Trade – англ.*) – угода, підписана у Женеві 30 жовтня 1947 року 23-ма країнами для регуляції міжнародної торгівлі та митних податків. З перших днів свого існування ГАТТ працює на зменшення перешкод до здійснення вільного обміну товарів та послуг між державами. Зокрема, з 1963 до 1967 року ГАТТ домогся зменшення митних податків на торговельні операції між США та Європейським Співтовариством на 37%.

Державний бюджет (*budjet de l'Etat – франц., budget – англ.*) – державний бюджет складається з розрахунків щодо постійних ресурсів і витрат у рамках фінансового року. Доходна частина представлена фінансовими надходженнями, витратна – коштами, розподіленими по галузях. Витрати, що перевищують надходження, – це бюджетний дефіцит, який заповнюється за рахунок міжнародних позик чи через ринок капіталу.

Євродолари (*eurdollars – франц., англ.*) – кошти в доларах, розміщені в банках поза територією Сполучених Штатів Америки. Бурхливий розвиток євродоларів – один з найважливіших феноменів міжнародних монетарних відносин з часів Другої світової війни.

Зовнішньоторговельне сальдо (*balanse commerciale – франц., Foreign trade ba-*

lanse – англ.) – зовнішньо-торговельне сальдо репрезентує комерційний обмін держави з іншими країнами світу. Це є різниця між кількістю експортованої та імпортованої продукції. Якщо різниця позитивна, кажуть про позитивне сальдо, якщо негативна – сальдо є від’ємне, і, таким чином, існує дефіцит торговельного балансу.

Інфляція (inflation – франц., англ.) – феномен знецінення грошей, який знаходить вираження в підвищенні цін. Інфляція може бути спричинена кількома чинниками: надмірне збільшення готівкової маси, збільшення собівартості продукції, зменшення товарної маси на ринку.

Можуть існувати й причини зворотнього характеру: падіння цін, яке породжує дефляцію.

Підприємство (entreprise – франц., enterprise/company – англ.) – суб’єкт економіки, що існує з метою виробництва товарів чи послуг. У Франції існує 3.2 мільйона підприємств, які складаються лише з одного постійного працівника, а також 100 000 інших, численніших.

Найпоширеніша юридична форма підприємств у Франції – це товариство з обмеженою відповідальністю (*Societe Anonyme a Responsabilite*), часто засноване двома компаньйонами, зі стартовим капіталом 50 000 франків (9 800\$).

Платіжний баланс (balance des paiement – франц., balance of payments – англ.) – бухгалтерський звіт, що реєструє всі переміщення майна, капіталу, послуг між конкретною державою та рештою світу на певний період часу.

Податки прями, непрями (impots directs, indirects – франц., tax – англ.) – обов’язкові виплати на користь державних структур. Прямі податки сплачує безпосередньо фізична чи юридична особа, непрямі ж податки вираховуються з виплат при здійсненні економічних операцій (купівля автомобіля, житла тощо). У Франції більша частина бюджету складається з непрямих податків.

Прямі податки існують у формі різноманітних відрахувань: місцеві податки, податок з доходу, податок з прибутку підприємства. Податок з доходу виплачується за пропорційно-прогресивною системою. Він залежить від загального доходу оподатковуваної особи, від її сімейного стану... Податок з підприємств стягується з прибутку.

Непрямі податки – це ПДВ, податок на додану вартість (*TVA, taxe sur la valeur – франц., VAT, Value Added Tax – англ.*), який стягують при всіх видах купівлі будь-якого товару, і також акцизи з горілчаних виробів, податки на користування автомобілем тощо.

Соціальний бюджет (budget social – франц., «social budget – англ.) – у Фран-

ції більшість соціальних витрат фінансується поза державним бюджетом (пенсії, допомога з інвалідності, лікарняні бюлетені, сімейна допомога, субсидії на житло, на навчання, з безробіття...). Ці програми фінансуються спеціальними структурами, керівництво якими здійснюють представники найманих працівників, постійних співробітників підприємств та держави.

Ці структури, головна з яких зветься Соціальний захист, фінансуються за рахунок внесків, які сплачуються безпосередньо із заробітної платні, чи вносяться самими працівниками.

Фіксований курс валюти (changes fixes – франц., fixed rate of currency – англ.) – принцип, за яким вартість однієї валюти по відношенню до інших встановлюється на певному рівні, визначеному Міжнародною монетарною системою. Цей курс у рамках купівлі-продажу може коливатися тільки в жорстких, офіційно визначених межах.

Інститут масової інформації www.imi.org.ua

Institute of Mass Information

бул. Лесі Українки, 36-Б, кв. 68

Телефон редакції – 461-90-23

01133, Київ, Україна

e-mail: info@imi.org.ua

Розповсюджується безкоштовно.

Наклад 1000 прим.

Здано на виробництво 12.05.05. Формат 60x84/16.

Друк офсетний. Папір офсетний.

Надруковано у видавничому центрі «Софія-А»,

м. Київ, вул. Обсерваторна, 12-Б.