

5. Korobka H. Smikhovi formaty v interneti [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu : <http://doxa.onu.edu.ua/Doxa13/207-213.pdf>.
6. Krasnokutskyy H. SmekhoNet, yly Smekha net (k postanovke voprosa ovozmozhnostyakh Ynterneta kak sredy obytanyya smekhovoy kul'tury) [Elektronnij resurs] / H. Krasnokutskyy. – Rezhim dostupa : <http://doxa.onu.edu.ua/Doxa3/131-134.pdf>.
7. Kuznyetsova O. Zasoby y formy satyry ta humoru v ukrayins'kiy presi / O. Kuznyetsova. – L'viv : LNU im. Ivana Franka, 2003. – 250 s.
8. Lykhachev D. Smekh v Drevney Rusy / D. Lykhachev, A. Panchenko, N. Ponyrko. – L'viv : Nauka, 1984.
9. Mechkovskaya N. Smekhovyye prorochestva v ynternet-komp'yuternoy kommunykatsyy: yazykovoe y lyteraturnoe mnohoobrazye [Elektronnij resurs] / N. Mechkovskaya. – Rezhim dostupa : <http://www.uib.no/filearchive/ninaf2.pdf>.
10. Snitsarchuk L. Ukrayins'ka satyrychno-humorystychna presa Halychyny 20–30-kh rr. XX st.: ist.-funktsion. aspekt ta interpretatsiyni osoblyvosti / L. Snitsarchuk. – L'viv : UAD, 2007. – 240 s.
11. Petrunyn Yu. Smekhovaya kommunykatsyya / Polytycheskye kommunykatsyy : ucheb. posob. dlya stud. vuzov / Yu. Petrunyn i dr. ; pod red. A. Solov'eva. – M. : Aspekt Press, 2004. – 232 s.
12. Sychev A. Yumor v ynternet-kommunykatsyy: sotsyokul'turnyy aspekt [Elektronnij resurs] / A. Sychev. – Rezhim dostupa : <http://www.ict.edu.ru/ft/004098/sychev.pdf>.

Бойко А. А. Смеховая коммуникация в Интернете: религиозные демотиваторы. Исследуются специфика коммуникации в Интернете на примере демотиваторов. Освещаются демотиваторы с религиозной проблематики, изучается их тематика. Рассматривается палитра комического. Демотиваторы определяются как яркое проявление постмодернистской культуры, которая нашла соответствующую нишу в интернет-пространстве. Отмечается, что оценка, которую «выставляет» молодежная интернет-аудитория роли религии в обществе, очень занижена, поскольку не учитываются философские аспекты и морально-этические постулаты определенных религий, благотворительная деятельность духовенства и др.

Ключевые слова: медиа, интернет, смеховая коммуникация, пародийность, демотиваторы, молодежная аудитория.

Boiko A. A. Laughter Communication on the Internet: Demotivators. The specifics of communication on the Internet were studied on the example of demotivational posters. The demotivational posters with religious issues are studied. The demotivational posters are defined as the manifestation of the postmodern culture on the Internet. It is noted that the assessment, which youth Internet audience gives to the role of religion in society, is very understated, because they don't taken into account philosophical aspects and ethical tenets of religions, charitable activity of the clergy and others.

Keywords: media, internet, communication laughter, parody, demotivators, young audience.

Адреса для листування: Boiko_Alla@ukr.net

УДК 070:004 (477.44-25)

Віталій Гадзюк – кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент, в. о. завідувача кафедри журналістики
Вінницького державного педагогічного університету ім. Михайла Коцюбинського

Вибори до Верховної Ради України-2014: моніторинг Інтернет-видання «Моя Вінниця»

У статті узагальнено результати моніторингу вінницького інтернет-видання «Моя Вінниця», у якому публікувались інформаційні й аналітичні матеріали про хід позачергових парламентських виборів у регіоні, рейтинги партій та кандидатів у мажоритарних округах, соціологічні дослідження та прогнози, використання учасниками процесу передвиборчих технологій. Визначено фактори, які суттєво впливали на редакційну політику.

Ключові слова: український парламент, вибори, кандидати в народні депутати, рейтинг, інтернет-медіа, сайт «Моя Вінниця».

Постановка наукової проблеми та її значення. Після подій Євромайдану, що увінчалися перемогою демократичних сил, поваленням диктаторського режиму Віктора Януковича, в українському суспільстві та політикумі актуалізувалося питання щодо необхідності «перезавантаження» всіх гілок державної влади, зокрема, проведення дочасних виборів нового гаранта Конституції та депутатів найвищого національного законодавчого органу.

Відтак, 25 травня 2014 р. відбулися вибори Президента України, в яких взяли участь 23 кандидати. Вже у першому турі з результатом близько 55 % голосів виборців перемогу здобув Петро Порошенко [6]. Перед новим Президентом постали складні та відповідальні завдання, передусім, зберегти державу цілісною, а життя в ній – мирним і гідним.

Ідею позачергових парламентських виборів в Україні у своїх програмах декларували всі претенденти на посаду очільника держави. Підтримав її й новообраний Президент Петро Порошенко. 24 серпня 2014 р. він видав указ про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України сьомого скликання і призначив дочасні вибори на 26 жовтня [4].

На основі закону «Про вибори народних депутатів України» обрання депутатів мало проходити за змішаною системою. Оскільки Крим та Севастополь отримали статус тимчасово окупованих територій, а окремі населені пункти Донецької та Луганської областей було захоплено російськими бойовиками й терористами самопроголошених республік ДНР, ЛНР, на цих територіях вибори вирішено не проводити. Відтак, до нового парламенту планувалось обрати максимум 438 депутатів з 450-ти [1].

Передвиборча кампанія в Україні стартувала 28 серпня 2014 р. [2]. Протягом означеного періоду ЦВК зареєструвала учасниками виборчого процесу у багатомандатному окрузі 29 партій і 2493 кандидати в одномандатних округах [5].

До перебігу передвиборних баталій в Україні була прикута увага світової громадськості, її активно висвітлювали міжнародні, загальноукраїнські та регіональні ЗМІ.

Мета цього дослідження – провести й узагальнити результати моніторингу вінницького інтернет-видання «Моя Вінниця», кореспонденти якого щоденно на своїх сторінках розміщували інформаційні й аналітичні матеріали про учасників парламентських перегонів у регіоні, склали рейтинги партій, проводили соціологічні опитування задля визначення лідерів з-поміж кандидатів-мажоритарників.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів. Здійснивши моніторинг вінницького інтернет-сайту «Моя Вінниця» [3] протягом 15 вересня – 26 жовтня 2014 р., можна зробити попередні висновки, що вибори висвітлювались відносно активно, але цілком не збалансовано. Частка виборчого контенту в загальному обсязі новин була на рівні 10 %. Найбільше інформації було в позитивній тональності, а найменше у негативній. Незбалансованість представлення головних політичних гравців загалом та за тональністю, зокрема, дає змогу стверджувати, що інтернет-сайт «Моя Вінниця» не забезпечив відносно рівного доступу до медіа. Зважаючи на те, що сайт фінансується міською радою – більшість матеріалів стосувалася діяльності місцевих та центральних органів влади, зокрема, Президента України, Прем'єр-міністра України, а також кандидатів у депутати від «Блоку Петра Порошенка».

Крім того, виборці не змогли отримати достатньо інформації для прийняття усвідомленого рішення за рахунок реактивного, а не аналітичного висвітлення кампанії.

Президент України Петро Порошенко та прем'єр-міністр Арсеній Яценюк були представлені тільки як виконавці своїх посадових обов'язків. Голова Верховної Ради Олександр Турчинов не фігурував у жодному матеріалі.

Найактивніше на інтернет-сайті «Моя Вінниця» були представлені: «Блок Петра Порошенка», «Народний фронт». Натомість виборці отримали мінімум інформації про: «Громадянську позицію», «КПУ», «Опозиційний блок», «Радикальну партію», «Самопоміч», «Свободу», «Сильну Україну», мажоритарників.

Найбільше симпатій, тобто позитивної тональності, отримали: «Блок Петра Порошенка», «Народний фронт». Найактивніше у нейтральній тональності були представлені: мажоритарники, «Опозиційний блок», «Свобода». Критикували «Батьківщину», «Радикальну партію».

Основні теми, які розглядалися в публікаціях журналістів «Моя Вінниця»: колишній вінницький міський голова Володимир Гройсман – четвертий у списку «Блоку Порошенка», та син Президента

Олексій Порошенко балотуватиметься на 12-му окрузі. У Вінниці передвиборну агітацію розгорнуто на повну силу: усього вдалося зафіксувати близько 54 білборди, 19 сітілайтів та 3 передвиборчі намети. Перше місце за кількістю агітації по місту посіла ВО «Батьківщина»; у межах акції «Вінницькі межигір'я» екскурсію до свого дому влаштував журналістам депутат-свободівець Олексій Фурман; народного депутата Нестора Шуфрича, який «начебто йшов на зустріч з «Опозиційним блоком», побили в Одесі на сходах під будівлею облдержадміністрації; кандидати в депутати від «Блоку Петра Порошенка», полковник Юлій Мамчур з Олексієм Порошенком провідали поранених бійців, що лікуються у Військово-медичному клінічному центрі Центрального регіону; кандидат у народні депутати від «Блоку Петра Порошенка» Олександр Домбровський, як давній і вірний соратник Президента України Петра Порошенка, вирішив балотуватися в окрузі № 11 від пропрезидентської сили; український журналіст, кандидат у народні депутати від «Блоку Петра Порошенка» Мустафа Найєм ініціює скасування системи акредитації для журналістів в органах влади, про що він сказав під час зустрічі з журналістами у Вінниці; із 32 депутатів, які були у «Батьківщині», в обласній раді залишилось лише 20; народний депутат України Ірина Луценко («Блок Петра Порошенка»), об'їздивши східний регіон України, зазначила під час ефіру на вінницькому телеканалі, що в людей на сході лише одне бажання – там люди хочуть миру; міністр освіти і науки України Сергій Квіт («Блок Петра Порошенка») вважає, що створення конкурентоздатних з репутацією світового рівня ВНЗ дозволить викоринити корупцію в них. Про це він сказав під час візиту на Вінниччину; кандидат у народні депутати від «Блоку П. Порошенка» Віктор Пинзеник переконаний, що сільське господарство – це сектор, який може дати швидкий прорив й велику віддачу. Про це він сказав під час відвідання Вінниці; «Блок Петра Порошенка» у Вінницькій області закликав всі політичні сили, що беруть участь у дострокових парламентських виборах, підписати угоду про спільні дії і спільний контроль за ходом голосування і підрахунком голосів, щоб забезпечити право вінничан на волевиявлення і чесний та прозорий підрахунок голосів тощо.

Йшлося на сайті видання «Моя Вінниця» і про резонансні події, скандали, непорозуміння, що мали місце на Вінниччині під час передвиборчих перегонів. Зокрема, повідомлялося, що політичні конкуренти кандидата у народні депутати від «Блоку Петра Порошенка» Олександра Домбровського приготували політичну провокацію. Зазначалося, що вінничани і мешканці сіл Вінницького району, які входять до виборчого округу № 11, побачать у списку одразу аж два прізвища «Домбровський».

У Вінниці справжній скандал перед виборами влаштував керівник «Радикальної партії» у Вінницькій області Володимир Мисецький. Він стверджував, що лідер Олег Ляшко неправомірно виключив його й інших однодумців з партії, а також що О. Ляшко «ходить» під «регіоналами». «Ми вже не можемо дивитися на цей «беспредел», як олігархи купують Ляшка, є інформація, що це Львовчкін. Ті фінанси, які виділяються на вибори, те, на чому він їздить і як він обманює людей – говорить про те, що за ним стоїть серйозна сила», – сказав журналістам голова партійного осередку у Вінницькій області.

20 жовтня у Вінниці невідомі особи під керівництвом «тимошенківця» Януарія Шостака зірвали прес-конференцію одного із кандидатів у депутати Верховної Ради, колишнього «регіонала» Віктора Жеребнюка, а невідомі скоїли напад на журналістів, які прийшли послухати його заяву. Агресивно поводить себе відносно журналістів й обзивав усіх «продажними», кандидат у нардепи від партії «Батьківщина» Януарій Шостак, який приніс на цю прес-конференцію вінок із гробом. Пізніше для преси В. Жеребнюк заявив про підтримку політики Президента.

Під час висвітлення передвиборчої кампанії на сайті «Моя Вінниця» не обійшлося і без використання медіаефектів, маніпуляції та «джинси». Серед маніпуляційних прийомів варто відзначити формування довіри аудиторії.

Маніпуляцією можна вважати результати соціологічного опитування, проведеного у Вінниці Центром соціологічних і маркетингових досліджень «СОЦІНФО». Зазначалося, зокрема, що майже 52 % з числа опитаних вінничан проголосували б за «Блок Петра Порошенка».

Деякі матеріали носили ознаки «джинси», як-от: про кандидата-мажоритарника Олександра Домбровського (наприклад, інтерв'ю політика Євгена Марчука на його підтримку); звернення «Блоку Петра Порошенка» у Вінницькій області до всіх політичних сил, що беруть участь у

дострокових парламентських виборах, підписати угоду про спільні дії і спільний контроль за перебігом голосування і підрахунком голосів і тощо.

На сайті видання «Моя Вінниця» розміщено дослідження громадянської мережі «ОПОРА», яке свідчить, що на Вінниччині в агітаційних матеріалах кандидата у народні депутати по виборчому округу № 13 (м. Калинівка) Петра Юрчишина для заголовка використовувався слоган партії «Блок Петра Порошенка» («Жити по-новому»), на сторінках газет поруч із зображеннями кандидата розміщувалося зображення Президента України П. Порошенка). Слід зауважити, що кандидат Петро Юрчишин був зареєстрований у ЦВК як самовисуванець, а висуванцем партії «Блок Петра Порошенка» в цьому окрузі зареєстрований Микола Катеринчук. З боку кандидата в депутати Петра Юрчишина – це своєрідний прийом «чорного піару» – використання ефекту прив'язки до чужих досягнень та перемог, створення і розповсюдження інформації, спрямованої на заплутування потенційних виборців під час процесу.

Редакція газети «Місто» отримала цікавий лист із пропозицією розмістити матеріал про Руслана Демчака, який балотувався у народні депутати по 18-му округу від «Блоку Петра Порошенка». До тексту примітка – «Интересует оперативное размещение статьи. Текст прикреплен к письму. Пожалуйста, ознакомьтесь и сообщите Ваш ответ. В связи с агрессивным характером материала готова обсуждать стоимость размещения». Відправник листа – піар-агенція, яку в результаті пошуку через Інтернет знайти так і не вдалося. Інтернет-сайт «Моя Вінниця» подібні виборчі технології назвав класичним прикладом «чорного піару»: «Агресивним» отриманий текст можна назвати хіба що для коректності, по суті – це відверта «чорнуха». За тиждень до виборів на кандидата від «Блоку Петра Порошенка» вирішили подати список звинувачень без жодних доказів. Очевидно, автори сподівалися, що виборець не буде шукати іншої точки зору, а легко візьме на віру огульні звинувачення, а сам кандидат – не встигне виправдатися».

На висвітлення виборчої кампанії інтернет-сайтом «Моя Вінниця» суттєво впливали такі фактори як редакційна політика ЗМІ, підпорядкована членам провладного блоку.

Висновки. Здійснивши моніторинг Вінницького інтернет-видання «Моя Вінниця», варто зазначити, що передвиборчі перегони висвітлювалися відносно активно, але не збалансовано. Незбалансованість представлення головних політичних гравців загалом та за тональністю зокрема, дає змогу зробити висновок, що сайт «Моя Вінниця» не забезпечив відносно рівного доступу до медіа. Виборці не змогли отримати достатньо інформації для прийняття усвідомленого рішення, оскільки нерівномірно презентувалась діяльність передвиборчих штабів усіх політичних сил, про окремих учасників процесу згадувалося побіжно, а деякі взагалі залишалися поза увагою. Під час висвітлення передвиборчої кампанії журналісти видання вдавалися до використання медіаефектів, маніпуляції та «джинси».

Література

1. В Україні стартувала виборча кампанія з позачергових виборів до парламенту [Електронний ресурс] // Корреспондент.net. – 2014. – 28 серпня. – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/ukraine/politics/3411220-v-ukraini-startuvava-vyborcha-kampaniia-z-pozacherhovykh-vyboriv-do-parlamentu>.
2. В Україні стартувала передвиборча кампанія [Електронний ресурс] // Ракурс. – 2014. – 28 серпня. – Режим доступу : <http://ua.racurs.ua/news/33854-v-ukrayini-startuvava-peredyborcha-kampaniya>.
3. Інформаційний портал «Моя Вінниця» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.myvin.com.ua/>.
4. Порошенко видав указ про дострокове припинення повноважень Верховної Ради // Сьогодні. – 2014. – 25 серпня.
5. ЦИК зареєструвала ще 492 кандидата-мажоритарщика на вибори в ВР [Електронний ресурс] // 112.Україна. – 2014. – 29 серпня. – Режим доступу : <http://112.ua/politika/cik-zaregistrovala-esche-492-kandidata-mazhoritarschika-na-vyboru-v-vr-121584.html>.
6. Шевчук Ю. Президента обрали в першому турі – попередні результати / Ю. Шевчук // Голос України. – 2014. – 26 травня.

References

1. V Ukrayini startuvava vyborcha kampaniya z pozacherhovykh vyboriv do parlamentu [Elektronnij resurs] // Korrespondent.net. – 2014. – 28 serpnia. – Rezhim dostupu : <http://ua.korrespondent.net/ukraine/politics/3411220-v-ukraini-startuvava-vyborcha-kampaniia-z-pozacherhovykh-vyboriv-do-parlamentu>.

2. V Ukraini startovala peredvyborcha kampaniya [Elektronnij resurs] // Rakurs. – 2014. – 28 serpnia. – Rezhim dostupu : <http://ua.racurs.ua/news/33854-v-ukrayini-startovala-peredvyborcha-kampaniya>.
3. Informatsiynyy portal «Moya Vinnytsya» [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu : <http://www.myvin.com.ua/>.
4. Poroshenko vydav ukaz pro dostrokovye pryynennya povnovazhen' Verkhovnoyi Rady // Shehdnya. – 2014. – 25 serpnia.
5. TsYK zarehystryrovala eshche 492 kandydata-mazhorytarshchyka na vybory v VR [Elektronnij resurs] // 112.Ukrayina. – 2014. – 29 sentyabrya. – Rezhim dostupu : <http://112.ua/politika/cik-zaregistrovala-eshe-492-kandidata-mazhoritarschika-na-vybory-v-vr-121584.html>.
6. Shevchuk Yu. Prezydenta obraly v pershomu turi – poperedni rezul'taty / Yu. Shevchuk // Holos Ukrainy. – 2014. – 26 travnya.

Гандзюк В. Выборы в Верховную Раду Украины-2014: мониторинг интернет-издания «Моя Винница». В статье обобщены результаты мониторинга винницкого интернет-издания «Моя Винница», в котором публиковались информационные и аналитические материалы о ходе внеочередных парламентских выборов в регионе, рейтинги партий и кандидатов в мажоритарных округах, социологические исследования и прогнозы, использование участниками процесса предвыборных технологий. Определены факторы, которые существенно повлияли на редакционную политику.

Ключевые слова: украинский парламент, выборы, кандидаты в народные депутаты, рейтинг, интернет-медиа, сайт «Моя Винница».

Gandziuk V. Elections to the Verkhovna Rada of Ukraine-2014: Monitoring the Internet-editions «My Vinnytsia». This paper summarizes the results of the monitoring of Vinnytsia online edition «My Vinnytsia», which published informational and analytical materials about the extraordinary parliamentary elections in the region, the ratings of parties and candidates in majority districts, surveys and forecasts, using participants of the election process technologies. The factors which significantly influenced on the editorial policy was defined.

Keywords: the Ukrainian Parliament, elections, candidates for people's deputies, rating, online media, website «My Vinnytsia».

Адреса для листування: vgandz@i.ua

УДК 004.738.5:654.197(477)

Сніжана Добрава – аспірантка кафедри телебачення і радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Реалії та перспективи розвитку українських регіональних інтернет-телеканалів

Проаналізовано створення та функціонування регіональних інтернет-телеканалів. Досліджено етапи роботи та мовлення інтернет-телевізійних ЗМІ Львівського, Кіровоградського, Миколаївського регіонів, а також використання ними різноманітних технологій комунікації та взаємодії з інтернет-користувачами та глядачами. порушено питання у навчанні зацікавлених молодих журналістів (тренінги, семінари, вебінари) створенню інтернет-телебачення в різних регіонах України. Звернено увагу на якість та цікавість створюваних інтернет-телеканалів як окремих ЗМІ українського медіаринку, акцентовано на контенті, який пропонують сучасні українські інтернет-телеканали. На прикладі Дрогобицького інтернет-телебачення приведено приклад взаємодії інтернет-телеканалу та соціальної мережі Facebook. Наведено приклад, як за допомогою виграного гранту можна створити власне інтернет-ТБ – досвід Миколаївського регіону.

Ключові слова: інтернет-телебачення, ЗМІ, регіони, комунікація, користувач, аудиторія.

Постановка наукової проблеми та її значення. Нові технології, можливості, постійне розширення інформаційного простору, мобільність та активність спонукає журналістів створювати різноманітні інформаційні продукти не тільки в великих містах-мільйонниках, але й у невеликих регіональних містечках. Саме через можливості Інтернету сучасні телевізійники працюють не тільки