

державного апарату, так і інтенсивним пошуком нових, більш ефективних організаційних форм.

Список бібліографічних посилань

1. Історія міліції України у документах і матеріалах : у 3 т. / за ред. П. П. Михайленка, Я. Ю. Кондратьєва. Київ : Генеза, 1997. Т. 1 : 1917–1925. 499 с.

2. Шевченко А. Є. Проблеми становлення залізничної та водної міліції України в перші роки радянської влади. *Вісник Запорізького юридичного інституту*. 2005. № 1. С. 270–275.

3. Шевченко А. Є. Організаційно-правові аспекти становлення та адміністративної діяльності спеціальних підрозділів НКВС України на транспорті у кінці 20-х – середині 40-х рр. XX ст. / Нац. акад. наук України, Ін-т історії України, Донецк. юрид. ін-т МВС при Донецк. нац. ун-ті. Київ, 2005. 468 с.

Одержано 08.11.2019

УДК [324:342.53(477)«2019»]:004.77

Михайло Вадимович РАДІО,

*аспірант кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
та іноземних мов Європейського університету (м. Київ)*

СТОРІНКИ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ У FACEBOOK У ХОДІ ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ ДО ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ 2019 Р.

Про важливість соціальних медіа в політичному житті України (разом з іншими факторами) наявність у них сторінок депутатів різних рівнів, Президента, органів законодавчої, виконавчої та судової гілок влади нашої держави. А у 2017 р. створено облікові записи Центральної виборчої комісії в соціальних мережах Facebook та Twitter [6]. Дострокові парламентські вибори активізували агітаційну роботу у соціальних медіа, включно з використанням сторінок політичних партій (аналізуються ті, які набрали 5 % і більше голосів 21 липня 2019 р.). Згідно результатів щорічного опитування «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р.», Facebook залишається найбільш популярним серед соціальних медіа у використанні українцями (включно як джерело новин). І його частка продовжує збільшуватись [4]. Тому проаналізовано сторінки у Facebook політичних партій: «Слуга народу» [7], «Опозиційна платформа – За життя»[5], ВО «Батьківщина» [1], «Європейська Солідарність» [3], «Голос» [2].

Розглядається період з 24 травня по 19 липня 2019 р., що відведений чинним законодавством України на виборчу агітацію.

На сторінці «Слуга народу» у Facebook оприлюднено всю програму партії (16 розділів), а також необхідність: курсу України до ЄС та НАТО, повернення людей з війни, кращих умов для бізнесу, боротьби проти корупції, реформи судової системи. Знаходимо інформацію про «постпраймериз» стосовно кандидатів, створення і оновлення Telegram-бота, ZooPark (для надсилання випадків копіювання кольорів та інших складових формату партійного бренду або неправомірного використання назви). Користувачам надавалась можливість поставити питання лідеру партії. Публікувались: посилання із заохоченням використовувати ресурс LIFT (для можливості долучення до змін), додаток (на Iphone та Android) для зв'язку з кандидатом і потім депутатом від партії, інтернет-сайти «мажоритарників».

Серед основних повідомлень сторінки проросійської (на думку багатьох експертів) партії «Опозиційна платформа – За життя» були: досягнення миру (тобто врегулювання конфлікту на Донбасі), необхідність відновлення зв'язків з СНД, декларувалось, що Ю. Бойко є кандидатом в прем'єр-міністри України. Паралельно критикувались: високі тарифи, чинний на той період склад Кабінету Міністрів України, медреформа. Подавалась інформація про зустріч лідерів партії з керівництвом Росії (загалом негатив стосовно країни-агресора – відсутній).

У ВО «Батьківщина» знаходимо досить багато посилань на партійний сайт. Також тут розміщували інформацію про підтримку: зниження тарифів, боротьби з корупцією, відкритих списків, реформи освіти, реформи медицини, газової та аграрної сфер (особливий акцент був на земельному питанні), доступності житла для молоді, вступу України до НАТО. Анонсувались ефіри за участі кандидатів у депутати від даної політичної сили. Тимошенко позиціонували як кандидата у прем'єри, до того ж кілька разів згадувались ініціативи, які реалізовувались нею на цій посаді раніше. Наявні кілька постів про всесвітньовідомих жінок.

На сторінці партії «Європейська Солідарність» презентовано кандидатів у народні депутати від партії з акцентом на нові обличчя. Декларувались гасла про недопуск реваншу, незмінність курсу України до ЄС та НАТО, необхідність закону про імпичмент Президенту, підтримку діючому на той час складу Кабінету Міністрів України, протест через повернення делегації Росії до ПАРЄ. Значна кількість постів розміром в одне речення, а наприкладі – посилання на інші соціальні медіа (Telegram, Viber, Instagram, Twitter, YouTube та сайт). Кілька разів поширено 3-Д фото.

Партія «Голос» обіцяла деолігархізацію, продовження децентралізації, зміни для ефективної роботи парламенту України, врегулювання ринку землі. Також презентувались представники команди політичної сили, публікувались історії прихильників партії та пости на підтримку політв'язнів. Велась робота з активізації користувачів Facebook: поширювались анкети волонтерів «Туру змін», запускався флешмоб #ПритулуВРаду та заклики писати про перетворення, яких очікують виборці від Верховної Ради України. Представники політсили надавали відповіді на питання, обраних з коментарів користувачів. Періодично анонсувались відкриття коворкінгів змін у різних містах. Презентовано програму партії у форматі аудіокниги, а також розроблено бота для контролю за перебігом виборів.

Підсумовуючи вищевикладене варто зазначити, що політичні партії не використовували весь потенціал Facebook-у. Переважна більшість з даних політичних сил не реагували на коментарі користувачів. У форматі постів перевага віддавалась фото та відео (проте на сторінці ВО «Батьківщина» найчастіше робились посилання на партійний сайт). Лише текстові повідомлення не використовувались масово. За кількістю постів (569) та реакцій (807962) лідерство належить партії «Голос», всі інші мали трохи менше 300 повідомлень (тільки «Слуга народу» розмістили 248). А от коментарів найбільше (69297) було на сторінці «Європейська Солідарність». За ними «Голос» (68497), «Слуга народу» (47566), ВО «Батьківщина» (31312) і «Опозиційна платформа – За життя» (3576). Партіями застосовували інші соціальні медіа в агітаційній кампанії, посилання на які розміщувались у Facebook.

Список бібліографічних посилань

1. Батьківщина // Facebook : сайт. URL: <https://www.facebook.com/Batkivshchyna/> (дата звернення: 04.11.2019).
2. Голос // Facebook : сайт. URL: <https://www.facebook.com/GolosZmin/> (дата звернення: 04.11.2019).
3. Європейська Солідарність // Facebook : сайт. URL: <https://www.facebook.com/EuropeanSolidarity.official/> (дата звернення: 04.11.2019).
4. Інтернет переміг телевизор // ZN,UA : сайт. 25.10.2019. URL: https://dt.ua/SOCIUM/internet-peremig-televizor-327367_.html (дата звернення: 04.11.2019).
5. Оппозиционная платформа – За жизнь // Facebook : сайт. URL: <https://www.facebook.com/OppositionPlatformForLife/> (дата звернення: 04.11.2019).
6. Про створення сторінок Центральної виборчої комісії в соціальних мережах : протокольне рішення Центральної виборчої комісії України від 06.11.2017 № 6 // Центральна виборча комісія : офіц. сайт. URL:

<https://act.cvk.gov.ua/acts/pro-stvorennnya-storinok-tsentralnoi-viborchoi-komisii-v-sotsialnih-merezah.html> (дата звернення: 04.11.2019).

7. Слуга Народу // Facebook : сайт. URL: <https://www.facebook.com/sluganarodu.official/> (дата звернення: 04.11.2019).

Одержано 13.11.2019

УДК 821.161.1

Ігор Віталійович ЧОРНИЙ,

доктор філологічних наук, професор,

завідувач кафедри українознавства факультету № 2

Харківського національного університету внутрішніх справ

ХУДОЖНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОВІСТІ ЛАДИ ЛУЗИНОЇ «ПРИНЦЕСА МРІЯ»

Одна із головних рис творчості сучасної української російськомовної письменниці Лади Лузіної (Владислави Кучерової) – «києвоцентризм». Майже в усіх творах авторки дія відбувається в українській столиці, а Київ виступає в них повноцінним персонажем (якщо не головним героєм). Особливо це стосується знакового для творчого доробку Лузіної циклу «Київські відьми», завдяки якому вона й здобула неабияку популярність. Зараз до циклу входить десять творів, які умовно можна розподілити на дві групи: «етнографічні» (присвячені народним святам та обрядам) та «культурологічні» (у яких йдеться про історико-культурні аспекти киевознавства). Повість «Принцеса Мрія» (2011) належить до другої групи творів.

Практично в кожному з «культурологічних» текстів «Київських відьом» події розгортаються навколо якоїсь-то історичної будівлі Києва, оповитої романтичним флером таємниць та загадок. Це принципова позиція письменниці, яка вважає, що українцям вкрай необхідно знати свої традиції, власний родовід, історію рідного міста/села. І вкрай важливо робити це на рівні «міфологеми», що зараз є дуже затребуваним. Ось і в «Принцесі Мрії» центром оповіді стає славнозвісна споруда, розташована в історичному центрі Києва, – «Шоколадний будиночок», збудований на межі XIX–XX століть архітектором Володимиром Николаєвим на замовлення відомого київського мецената, купця першої гільдії Семена Могілевцева.

З «Шоколадним будиночком» Ладу Лузіну пов'язують деякі біографічні обставини. Крім театрального інституту, вона вчилась також у будівельному СПТУ № 18 за фахом «ліпник-модельник