

32. Fritzl M. Österreich wählt Anfang Oktober [Electronic resource] / M. Fritzl // Die Presse. - Mode of access : <http://diepresse.com/home/innenpolitik/5218324/Oesterreich-waehlt-Anfang-Oktober>

33. Seidl C. Umfrage: Mehrheit gegen vorgezogene Wahlen [Electronic resource] / C. Seidl // Der Standard. - Mode of access : <http://derstandard.at/2000057136951/Umfrage-Mehrheit-gegen-vorgezogene-Wahlen>

Стаття надійшла до редакції 10.05.2017 р.

V. Parlyk

THE PRESIDENTIAL ELECTION IN 2016 AS AN INDICATOR OF THE TRANSFORMATION OF THE PARTY SYSTEM IN AUSTRIA

Austria was one of the countries in which the ultra-right populism has found great support, despite the fact that the country has one of the highest per capita income in the EU has developed social security system, economically benefited from the adoption of Eastern European refugees during the "Cold War" . But the results of the presidential elections in 2017 in Austria were the surprise of many experts.

In the article the features of presidential elections in 2016 in Austria as an indicator of the transformation of the party system. In chronological order described and identified the main election procedures. Analyzes and action program positions taken during the campaigns of presidential candidates; given statistics.

The author concludes that the presidential election of 2016 in Austria was unprecedented. They became an indicator of the decline in the authority of traditional parties and the development of extreme polarized political movements. The main problems on which the attention of election campaigns were concentrated were the EU and Austria's position on migration issues, in particular, the refugee crisis.

The results of these elections provide an opportunity to predict the future parliamentary elections and the picture of party representation in the National Council of Austria.

Keywords: party system, political system, political parties, presidential elections.

УДК 23.00.02

В.С. Патрушев

ІНТЕРНЕТ-ЗМІ: КРИТЕРІЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ

У статті проаналізовані сучасні підходи до визначення терміну «Інтернет-ЗМІ», виявлені критерії ідентифікації ресурсу як Інтернет-ЗМІ, розглянуті особливості та специфіка впливу Інтернет-ЗМІ на сучасну працездатну аудиторію під час та поза кризою. Окреслені елементи інформаційного протиборства, що використовуються у сфері Інтернет-ЗМІ, виявлені проблемні зони державної політики у сфері регулювання Інтернет-ресурсів.

Ключові слова: Інтернет, Інтернет-ЗМІ, інформаційне протиборство.

Вивчаючи причини російсько-українського протистояння, слід звернути увагу на феномен Інтернет-ЗМІ, який в останні роки завойовує все більше аудиторії серед молодій верстви населення України. Згідно соціологічних досліджень, сьогодні в Україні близько 62% населення є активними користувачами мережі інтернет, 91% з яких - це громадяни віком від 18 до 39 років [8]. Тобто, мережею Інтернет користується здебільшого громадсько активна категорія населення, яка виступає рушійною силою у можливих змінах в суспільстві. Одночасно, ця верства населення через свою Інтернет активність стає об'єктом

для інформаційних атак, що проводяться в Інтернет-ЗМІ, та поширюються за допомогою соціальних мереж та контекстної реклами.

Російська Федерація задовго до кризи 2014 року почала створювати власну модель інформаційного поля, яка була налаштована на вплив на населення країн пострадянського простору, особливо України. Для російського політикума суверенність України стала геополітичним «нонсенсом» та «непорозумінням», виправити які вона намагалась із самого початку незалежності нашої країни. Спочатку піднімалися питання спільного минулого, спільних цінностей, спільної мови (з російськомовним прошарком населення України та АР Крим зокрема). Низка українських політиків також лоббіювали ці питання під час своїх виступів на телебаченні, в пресі, Інтернет-ЗМІ. В інтернеті поширювалися ілюстрації, які мали метою захоплення великої кількості населення України ідеями про спільне майбутнє з Росією, паралельно з чим йшла дескридитація європейських цінностей, та власне питання України, незалежної в політичному плані від Росії (ідея «старшого брата»). У новинах демонізувалися «радикали» (представники праворадикальних або просто націоналістичних течій в Україні), українські історичні особистості також становилися темою обговорень в інтернеті. Російська модель світогляду мала повністю замінити власне українську, маніпулюючи на таких темах як Друга світова війна, радянське минуле, дружба народів, спільна релігія, неприйняття низки ліберальних цінностей, «тролінг» американських та європейських політиків та громадянських діячів. У той же час новини, що стосувалися проросійських політиків з України, мали майже виключно позитивний характер. Завдяки Інтернет-ЗМІ, Росія підготувала гарну почву для подальших суспільно-політичних зворушень, тому що швидкість передачі матеріалу (власне доставки її адресату) та її направленість на молодь, ставила в тупік усі спроби нейтралізувати цей інформаційний тиск. Побачивши певну новину або інформацію на доволі авторитетному сайті, населення (а це майже виключно працездатне населення) обговорювало цей матеріал на роботі, свідомо чи несвідомо поширюючи певні ідеї. Важливо зазначити, що інформаційний тиск було здійснено як на українське населення, так і на російське (чи не більше).

На тлі суспільно-політичної кризи в Україні Інтернет-ЗМІ стали найпопулярнішим (поряд з телебаченням, яке охоплює більш дорослу верству населення) джерелом інформації. Швидкі, шоківі новини прив'язували користувачів до моніторів. Новини та статті з найпопулярніших сайтів Росії та України масово поширювалися по соціальним мережам, активно критикувалися та обговорювалися. Критика, обговорення «правильного матеріалу» та його доповнення проходило власне і на самих сайтах, що змінювало тривалість перебування на сторінці з 15 секунд до кількох хвилин. Це дозволило закріпити у свідомості людей увесь той матеріал, що був створений цими сайтами. Отже, актуалізація використання соціальних Інтернет-мереж в умовах суспільно-політичної кризи та війни на Сході України вимагає саме в цьому контекстному полі визначитися з проблемами дефініції та ідентифікації Інтернет-ЗМІ у якості впливового ресурсу в інформаційному протистові.

Узагалі, якщо взяти до уваги феномен Інтернет-ЗМІ, то слід зазначити, що стрімкому зросту інтернет-аудиторії сприяв як науково-технічний розвиток по всьому світу, так і основна специфіка «нових медіа» — величезний, майже неконтрольований з боку держави потік інформації будь-якого характеру, анонімність, можливість взаємодії між користувачами, та головне — багатоплатформність. Ці фактори зробили Інтернет не просто новим засобом спілкування, але й створили нову реальність — віртуальну комунікацію, яка поступово замінює аудиторії реальний світ. Величезний обсяг інформації, майже миттєва швидкість передачі будь-яких даних (тексту, фотографій, аудіо, відео, ігор, прямих трансляцій), часткова чи повна анонімність, та велика кількість платформ дало змогу проникнути новим медіа у повсякденне життя більшої часті населення України.

У запропонованій статті ми виокремлюємо такі поняття як соціальні мережі та Інтернет-ЗМІ, через специфіку функціонування цих інформаційних моделей. Для

ідентифікації сайту як соціальної мережі нами використано термін Басса та Штрауса, які визначають соціальні мережі як веб-сайт або іншу службу у Веб, що дозволяє користувачам створювати публічну або напівпублічну анкету, складати список користувачів, з якими вони мають зв'язок та переглядати власний список зв'язків і списки інших користувачів. Природа та номенклатура зв'язків може різнитись у залежності від системи [1, с. 121]. В соціальних мережах існує функція створення груп інтересів, у яких публікується певна інформація, яка, як правило, має посилання на інтернет-сайт, на якому ця інформація була розміщена від самого початку. Зручна платформа мереж та великий обсяг користувачів дозволяє цьому матеріалу дуже швидко поширюватися серед цільової аудиторії.

Вперше термін «нові медіа» (який включав і соціальні мережі, і Інтернет-ЗМІ) почали вживати західні дослідники Кастельс, Кельнер, Кросбі та Фелдман у середині 90-х років ХХ ст. Вони сходяться в думці, що нові медіа - це інтерактивні електронні видання, що комбінують формати подання інформації; різновид цифрових медіа. Контент нових медіа може складати відео, текст, фотографії, пряма трансляція, радіо або анімація. Нові медіа відрізняються від класичних специфікою взаємодії: на заміну моделі «від одного — багатьом» прийшла модель «від багатьох — до багатьох», доступ до інформації (як її споживання, так і створення) відкритий усім користувачам, що мають пристрої з можливістю доступу в мережу Інтернет [2, с. 87].

Сфера Інтернет-ЗМІ, зокрема підходи до визначення терміну, специфіки діяльності, функції, типологія та правове врегулювання стали предметом вивчення вітчизняних (О.Каплій, Г.Почепцов, Ю.Бурило, О.Самуляк, О.Коцарев, М.Чабаненко, Н.Штанько) та російських (А.Тертичний, Е.Вартанова, Ю.Костигова, Л.Лободенко, А.Калмиков, М.Лукіна, С.Машкова, А.Мінбалеев, І.Фомічева) науковців. Стосовно терміну Інтернет-ЗМІ, слід зазначити, що впродовж існування цього явища, воно розглядалось майже виключно у сфері журналістики (Б. Потятиник, І.Давидов, Є.Горний, Г.Кашуба, Н.Штанько, Г.Красноступ, В.Іванов, Є.Лазуткіна, А.Ігнат'єва, Є.Вартанова, Б.Карпова, А.Суворов, І.Тонкіх, О.Коцарев, М.Чабаненко, М.Раскладкіна, Н.Шишкіна, Я.Засурський), а тому потребує певної адаптації до об'єктно-предметного поля політологічних досліджень, зокрема ролі фактору Інтернет-ЗМІ в суспільно-політичній кризі на Південному Сході України. До того ж, низка авторів використовує термін для визначення соціальних мереж, що, на наш погляд, не є коректним.

Одним з перших, хто комплексно підійшов до вивчення функціонування Інтернет-ЗМІ в сучасній системі ЗМК серед вітчизняних дослідників, був А. Тертичний. У своїх роботах з мережевої журналістики автор виокремив Інтернет-ресурси як окремий вид ЗМІ, через специфіку викладання інформації на сайтах та можливістю поєднувати різні форми мультимедіа [14, с. 93].

Український науковець Б.Потятиник дійшов висновку, що за своїм змістом терміни «онлайн-журналістика», «Інтернет-журналістика», «мережева журналістика» та «мульти-медійна журналістика» синонімічні та їх використовують на позначення одного й того самого явища. Перший термін підкреслює інтерактивність цього виду журналістики. Другий і третій нагадують, що цей вид журналістики існує в комп'ютерній мережі, яка охоплює мільйони користувачів. Четвертий термін — мультимедійність — наголошує на можливості одночасного й інтегрованого використання в цьому різновиді журналістики тексту, графіки, фото, аудіо- та відеоматеріалів [12, с. 72].

Роль мережевої журналістики, її актуальність в інформаційних процесах країни, в умовах мінливої кон'юнктури на ринку вільної інформації визначається в роботах А. Грабельнікова. Автор наголошує, що саме мережеві ЗМІ здатні адекватно і своєчасно інформувати певний прошарок інформаційно-залежних людей [7, с. 21].

Одне з вдалих, на нашу думку, визначень Інтернет-ЗМІ запропонувала Е.В.Лазуткіна: «Інтернет-ЗМІ — це «спеціалізований сайт, який використовує в назвах розділів традиційні

для ЗМІ терміни: журнал, альманах, газета, редакція, редактор та ін., що поширює з певною періодичністю соціально значиму інформацію, спрямовану на масову аудиторію, і призначений для вирішення завдань, властивих друкованим та електронним немережовим засобам масової інформації» [9, с. 65].

Що стосується якогось єдиного та узгодженого поняття Інтернет-ЗМІ, то воно відсутнє, а існуючі мають або поверховий характер змісту, або не відбивають нормативно-правові аспекти та роль Інтернет-ЗМІ в інформаційному просторі як один з механізмів інформаційного протиборства між державами та цільовими інтернет-аудиторіями. Так, наприклад, дослідник О.В. Каплій у своїй роботі звертається до законодавства Азербайджанської Республіки та Республіки Казахстан, з метою пошуку терміну, який би відбивав сутність явища з точки зору права (в українському та російському законодавстві такий термін відсутній). На думку дослідника, під Інтернет-виданням (ЗМІ) можна розуміти будь-який веб-сайт як складову частину мережі Інтернет (незалежно від того, в якому сегменті Інтернет такий веб-сайт розташований), що належить певній фізичній чи юридичній особі (незалежно від національної чи географічної належності) і призначений для розповсюдження масової інформації, тобто для здійснення масової комунікації [10].

На наш погляд, слід виокремити такі поняття, як власне «Інтернет» та «ЗМІ», і адаптувати їх для об'єктно-предметного поля нашого дослідження. Згідно Б.Стюарту, Інтернет — мережа передачі даних, що має глобальну децентралізовану архітектуру, розвинені методи адресації і передачі інформації на основі протоколів TCP/IP між одно- і різнотипними мережами передачі даних, комп'ютерними системами і різноманітним термінальним (кінцевим) устаткуванням і забезпечує доступ до величезної кількості розподілених інформаційних ресурсів та надання різноманітних інформаційних послуг, які акцентують увагу на соціальній складовій функціонування та ролі глобальної павутини [4]. Інтернет – це каталізатор соціальної перебудови, стимулюючий появу нових відносин між людьми як у часі, так і в просторі. Головною особливістю такого роду відносин має бути загальна доступність інформації та прозорість світових і національних політичних і економічних процесів. Згідно ст. 22 Закону України «Про інформацію» масова інформація – інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб. Засоби масової інформації – засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації [13]. Тож на наш погляд, буде доречно використовувати наступний термін: Інтернет-ЗМІ – це вид засобів масової інформації, який існує в мережі інтернет, має зареєстровану інтернет-адресу, назву, текстовий та цифровий контент, має функцію зворотнього зв'язку і засоби обміну інформацією між користувачами, позиціонує себе як суспільно-орієнтовану журналістську платформу з усіма відповідними ознаками, та регулярно оновлюється. Інтернет-ЗМІ є платформою, на якій можуть публікуватися анонімні автори, або «фейкові» журналісти чи громадські діячі.

Можна погодитись з українським науковцем М.В. Чабаненко, який виділяє наступні критерії класифікації сайту як Інтернет-ЗМІ [15]:

1. Наявність редакції, подібної редакцій традиційних ЗМІ (колектив штатних співробітників на чолі з редактором).
2. Медіаінформація на сайті організована професійно, відчувається рівняння на кращі зразки світової Інтернет-журналістики (архітектура сайту, побудова сторінок).
3. Повідомлення на сайті мають соціально значущий характер і можуть зацікавити масову аудиторію.
4. Більша частина повідомлень (або всі) є власними матеріалами.
5. Републікації з інших Інтернет-видань, належним чином оформлені (з вказівкою на джерела, що подані у вигляді гіперлінків).
6. Окрім заміток, сайт пропонує матеріали в інших класичних журналістських жанрах – репортажі, нариси, аналітичні статті, рецензії і т. д.

7. Помітні партнерські зв'язки сайту з іншими Інтернет-ЗМІ.

8. Медіаконтент сайту оновлюється не рідше, ніж раз на тиждень, що говорить про наявність функції інформування про поточні події.

9. Достатній рівень відвідуваності або, якщо сайт новий, помітною є турбота про його підвищення (веб-ресурс розрахований на масову аудиторію).

Слід визначити низку специфічних ознак Інтернет-ЗМІ, які умовно можна поділити на два блоки:

1. Загальні ознаки, що збігаються з характеристиками традиційних медіа (телебаченням, радіомовленням, газетами та журналами): мета діяльності – інформування широкої громадськості; споживач – масова аудиторія; виробник інформації – професіонал (журналіст), журналістський колектив, специфіка Інтернет-ЗМІ – рядові користувачі як виробники інформації; організаційно-правовий статус видання – зареєстровано як ЗМІ (але не завжди); концепція ЗМІ відповідно до спеціалізації; чітка структура організації контенту; медіаконтент – спеціалізований, висвітлює життя соціуму в різних її аспектах.

2. Специфічні ознаки, що виділяють інтернет-ЗМІ серед традиційних медіаканалів: глобальний (транскордонний) характер комунікації; періодичність оновлення інформації в режимі реального часу, в залежності від надходження повідомлень; контент – поєднання на одному медіамайданчику різних комунікативних практик (журналістських, рекламних і PR медіатекстів); суспільно-політичний характер новин та статей; великий обсяг баннерів та контекстної реклами; орієнтованість на молодь; гіпертекстуальність; інтерактивність; мультимедійність; цілодобова онлайн-трансляція контенту; висока швидкість поширення інформації та ін.

Усі ці критерії створили умови, за якими у випадку використання Інтернет-ЗМІ в інформаційному протистоянні, залучена абсолютна більшість працездатного населення обох країн. Медіа-контент був спрямований на цільову аудиторію віком від 15 до 40 років, а інформація через Інтернет-ЗМІ поширювалася не лише на сторінці новин чи блогах журналістів, а й у коментарях під статтями, з розсилкою на електронні адреси (спам), та через ботів у соціальних мережах.

Гнучкість інтернет медіапростору дає змогу влаштовувати раптові та масові «інформаційні атаки» за допомогою Інтернет-ЗМІ, і кількість таких засобів значно опереджає засоби інформаційного захисту пересічного користувача. Більшість з них, звісно, направлені на створення «шок-контенту», тобто інформації, яка має шалений резонанс у суспільстві, і являє собою або фейкову новину, або вдале маніпулювання фактами. Така «швидко засвоювана» інформація створює у свідомості інтернет-аудиторії стійкий шаблон, так званий «віртуальний симулякр», який формує у цільовій аудиторії відповідний суспільно-політичний настрій, який через свою «шоковість» дуже складно змінити. Приклад: «розп'ятий хлопчик», що у свою чергу, стало мемом російських фейкових новин.

Завдяки таким маніпуляціям і використанням певних фраз-кліше, керівництво країни-агресора, володарі, редактори, та пересічні журналісти Інтернет-ЗМІ мають змогу швидко мобілізувати свою аудиторію задля досягнення поставленої мети. При чому велику роль відіграє саме злагодженість медіа-простору країни, єдина інформаційна політика, чітка синхронізація усіх видів ЗМІ, яка надає певний «симулякр» суспільству кожного разу, коли цього потребує держава — за влучним висловленням «натискається кнопка». Нажаль, контролювати цей процес у країні, яка є об'єктом агресора доволі складно за об'єктивних причин. У нашому випадку ще й бракує дієвих механізмів протиборства (цензура, блокування певних сайтів, авторів, своєчасне створення власних «симулякрів», наявність засобів фільтрації інформації у браузері тощо).

Дослідивши роботи науковців, що вивчали проблему Інтернет-ЗМІ, ми дійшли до висновку, що комплексного визначення не існує. Автор пропонує ввести наступний термін:

Інтернет-ЗМІ – це вид засобів масової інформації, який існує в мережі інтернет, має зареєстровану інтернет-адресу, назву, текстовий та цифровий контент, має функцію зворотнього зв'язку і засоби обміну інформацією між користувачами, позиціонує себе як суспільно-орієнтовану журналістську платформу з усіма відповідними ознаками, та регулярно оновлюється. Найбільш важливими специфічними ознаками Інтернет-ЗМІ виступають: швидкість передачі інформації, вільний доступ до мережі інтернет, велика кількість інформації та мультимедіа, спрямованість на працездатне населення, створення «симулякрів», наявність на цих сайтах «шокової» реклами, можливості комунікації між користувачами та відсутність засобів пасивного захисту від такої інформації. Важливими факторами протистояння інформаційним атакам у сфері Інтернет-ЗМІ може бути: злагоджена політика держави в сфері інформації, швидке реагування на фейкові новини, збільшення кількості і якості власних публікацій як у вітчизняному сегменті Інтернет-ЗМІ, так і за кордоном, активне поширення користувачами у соціальних мережах посилань на якісні українські ресурси.

Список використаної літератури:

1. Buss A. Online Communities Handbook: Building Your Business and Brand on the Web / A. Buss, N. Strauss. - Berkeley, Calif. : New Riders; 2009. — 271 p.
2. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture / M. Castells. - Massachusetts : Blackwell Publishing, 2009. — Vol. 1 : The rise of the network society. - 625 p.
3. Durham M. Media and Cultural Studies Keywords / M. Durham, D. Kelner. - Malden : Blackwell Publishing, 2009. — 216 p.
4. Internet History. One Page Summary : The Living Internet [Electronic resource] / ed. by B. Stewart. - Mode of access : http://www.livinginternet.com/i/ii_summary.htm
5. Kellner D. Globalization and Technopolitics [Electronic resource] / D. Kellner. - Mode of access : <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/globalizationtechnopolitics.pdf>
6. Гейтс Б. Дорога в будущее / Б. Гейтс, Н. Мирволд, П. Райнарсон. — Москва : Рус. Ред. "Channel Trading Ltd" 1996. — 312 с. ; Geys V. Doroga v budushchee / V. Geys, N. Mirvold, P. Raynarson. — Moskva : Rus. Red. "Channel Trading Ltd" 1996. — 312 s.
7. Грабельников А. А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного сообщества / А. А. Грабельников. — Москва : РУДН, 2001. — 349 с. ; Grabelnikov A. A. Massovaya informatsiya v Rossii: ot pervoy gazety do informatsionnogo soobshchestva / A. A. Grabelnikov. — Moskva : RUDN, 2001. — 349 s.
8. Кількість користувачів мережі Інтернет в Україні перебільшило 60% [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://zn.ua/TECHNOLOGIES/kolichestvo-internet-polzovateley-v-ukraine-prevysilo-60-212581_.html ; Kilkist korystuvachiv merezhi Internet v Ukraini perebilshylo 60% [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : https://zn.ua/TECHNOLOGIES/kolichestvo-internet-polzovateley-v-ukraine-prevysilo-60-212581_.html
9. Лазуткина Е. В. Интернет-СМИ Астраханской области: состояние и перспективы развития / Е. В. Лазуткина // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2008. – № 2. – С. 46–51 ; Lazutkina Ye. V. Internet-SMI Astrakhanskoy oblasti: sostoyanie i perspektivy razvitiya / Ye. V. Lazutkina // Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura. – 2008. – № 2. – S. 46–51
10. Каплій О. В. Інтернет-видання ЗМІ як новий вид традиційних ЗМІ: поняття та сучасний стан конституційно-правового врегулювання [Електронний ресурс] / О. В. Каплій // Актуальні проблеми держави і права. - 2011. - Вип. 61. - С. 227-235. — Режим доступу : http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/3144/Kapliy_O.V.%20Internet-vudannia....pdf?sequence=1&isAllowed=y ; Kapliy O. V. Internet-vydannia ZMI yak novyi vyd tradytsiinykh ZMI: poniattia ta suchasnyi stan konstytutsiino-pravovoho vrehuliuvannia

[Elektronnyi resurs] / O. V. Kaplii // Aktualni problemy derzhavy i prava. - 2011. - Vyp. 61. - S. 227-235. — Rezhym dostupu :

http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/3144/Kapliy_O.V.%20Internet-vudannia....pdf?sequence=1&isAllowed=y

11. Самуляк О. В. Проблеми ідентифікації Інтернет-ЗМК [Електронний ресурс] / О. В. Самуляк // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. - 2012. - № 2. - С. 44 - 46. — Режим доступу : http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/8717/1/Samyliak_O.PDF ; Samuliak O. V. Problemy identyfikatsii Internet-ZMK [Elektronnyi resurs] / O. V. Samuliak // Masova komunikatsiia: istoriia, sohodennia, perspektvyv. - 2012. - № 2. - S. 44 - 46. — Rezhym dostupu : http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/8717/1/Samyliak_O.PDF

12. Потятиник Б. Вступ до Інтернет-журналістики [Електронний ресурс] / Б. Потятиник. — Львів : ПАІС, 2010. — Режим доступу : http://institutes.lnu.edu.ua/mediaeco/wp-content/uploads/sites/2/2015/04/internet_journalism.pdf ; Potiatynuk B. Vstup do Internet-zhurnalistyky [Elektronnyi resurs] / B. Potiatynuk. — Lviv : PAIS, 2010. — Rezhym dostupu : http://institutes.lnu.edu.ua/mediaeco/wp-content/uploads/sites/2/2015/04/internet_journalism.pdf

13. Про інформацію [Електронний ресурс] : Закон України від 13 січ. 2011 р. № 2938-VI. — Режим доступу : <http://portal.rada.gov.ua/> ; Pro informatsiiu [Elektronnyi resurs] : Zakon Ukrainy vid 13 sich. 2011 r. № 2938-VI. — Rezhym dostupu : <http://portal.rada.gov.ua/>

14. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. — Москва : Аспект пресс, 2000. — 158 с. ; Tertychnyy A. A. Zhanry periodicheskoy pechati / A. A. Tertychnyy. — Moskva : Aspekt press, 2000. — 158 s.

15. Чабаненко М. В. Модель інтернет-видання як складової одиниці системи ЗМІ / М. В. Чабаненко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — 2010. — № 2. — С. 96-100 ; Chabanenko M. V. Model internet-vydannia yak skladovoi odynytisi systemy ZMI / M. V. Chabanenko // Derzhava ta rehiony. Serii : Sotsialni komunikatsii. — 2010. — № 2. — S. 96-100

Стаття надійшла до редакції 10.05.2017 р.

V. Patrushev

ONLINE MEDIA: IDENTIFICATION CRITERIA

The article is devoted to the definition and criteria of the Internet media in the modern information society, in the context of information confrontation.

In the article the author studies the works of domestic and foreign authors who study the problem of Internet media in the modern society. The author creates a complex term that integrally characterizes the Internet media as a resource and information weapon. The Internet network enjoys, for the most part, the socially active category of the population, which acts as a driving force in possible changes in society. At the same time, this segment of the population, through its Internet activity, becomes the object of information attacks carried out in the Internet media. The rapid growth of the Internet audience contributed to both scientific and technological development around the world, as well as the basic specificity of "new media" - a huge, almost uncontrolled by the state flow of information of any nature. For the first time, the term "new media" (which included both social media and Internet media) began to be used by Western researchers, Castells, Kelner, Crosby, and Feldman in the mid-1990s. They agree that new media are interactive electronic publications that combine the formats of presentation of information; a kind of digital media. The key features of the Internet media are multi-platform, a huge speed of information transfer, weak regulation at the legislative level, a narrow focus, an abundance of applications and advertisements on the site, specific information delivery, anonymity of users, the ability to communicate between users. Flexibility of the Internet media space makes it possible to organize sudden and massive "information attacks" with the help of the Internet media, and the number of such means is significantly overwhelmed by the means of information protection of the average user. Due to such manipulations and the use of certain phrases-cliches, the leadership of the

aggressor country, media owners, editors, and ordinary journalists of online media have the ability to quickly mobilize their audience to achieve their goals.

The author emphasizes that the modern Ukrainian state today is not capable of fully responding to information challenges on the part of Russia for a number of specific reasons.

Keywords: *Internet media, information confrontation, the Ukrainian crisis, the challenges of the information society.*

УДК 329.11(477.83./86)''1820/1930''

І.П. Печеранський

КЛЕРИКАЛЬНІ ПАРТІЇ ТА ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГАЛИЧНИНИ 1820-1930-Х РОКІВ У КОНТЕКСТІ КОНСЕРВАТИВНОГО СПАДКУ УКРАЇНИ

У статті розглядається феномен галицького консерватизму на прикладі діяльності громадсько-політичних організацій та клерикальних партій, що функціонували у 1820-1930-х роках на теренах Галичини. Приділено основну увагу світоглядно-ідеологічним і організаційно-партійним засадам, на підставі яких виникали галицькі структури, робота яких заклала підґрунтя для появи особливої політичної традиції галицького консерватизму. Аналізується логіка розвитку останньої, що була обумовлена соціальною практикою греко-католицької церкви, національно-визвольними та автономістськими намірами та станово-корпоративними засадами суспільного устрою галицького краю.

Ключові слова: *галицький консерватизм, греко-католицька церква, клерикальні партії, громадські та політичні організації, авторитет, порядок, автономія.*

Те, що ми називаємо поняттям «український консерватизм» становить собою складне, цілісне та історично-обумовлене явище, що вміщує у собі як світоглядні, ментальні настанови, які обумовлені досвідом минулого, так і той «ідеологічний комплекс» та політичну практику, що виступають інституційною та теоретичною надбудовою феноменологічного рівня буття українського народу. Спадщина цієї ідейно-політичної традиції не є штучно-сконструйованою та такою, що твориться виключно в академічних кабінетах, натомість її поява і формування обумовлені логікою захисту життєво важливих для української держави та нації цінностей, інтересів і символів, які знаходяться в основі їх самобутності та незалежності. Словосполучення «український консерватизм» вказує на специфіку даного ідеологічного комплексу та історичний шлях, який був пройдений перш ніж почали виникати конститутивно-ідеологічні засади консервативного руху на українських землях і за рубежем. Одним із цих етапів, який водночас є структурним компонентом політичної спадщини українського консерватизму, є діяльність громадських, політичних організацій і партій Галичини, яка хронологічно охоплює період – 20-ті рр. ХІХ – 30-ті рр. ХХ ст.

Дослідженню діяльності світського та клерикального консервативного таборів у Галичині присвячували свої роботи В. Липинський, С. Томашівський, О. Назарчук, М. Стахів, І. Лисяк-Рудницький, Я. Грицак, О. Зайцев, М. Кугутяк, О. Красівський, В. Потульніцький, М. Швагуляк, В. Кучера, В. Павленко, О. Єгрешій, В. Комар, Г. Цвенгрош, Н. Козак, М. Чубатий, Ю. Терещенко, М. Москалюк, У. Кошетар та ін. Істориками і політологами піднімалися окремі питання, які пов'язані зі становленням і специфікою галицького консерватизму у інституційно-ідеологічній та суспільно-політичній площинах.