

УДК 007:304:070

## ОБРАЗ ЛІДЕРА НА СТОРІНКАХ СУЧАСНОЇ ПАРТІЙНОЇ ПРЕСИ УКРАЇНИ

**ГЕОРГІЄВСЬКА Вікторія,**

канд. наук із соц. комунік., доц.

Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, вул. Мельникова, 36/1, Київ, 04119, Україна, e-mail: v.georgiievska@gmail.com

*У статті розглядаються особливості формування характеристик партійного лідера в Україні на початку ХХІ століття. Політична комунікація, що відбувається на сторінках партійних видань, дає можливість виявити інформаційні зв'язки всередині однієї партії, показати її ставлення до інших партій, відобразити певний суспільно-політичний портрет лідера/лідерів. Мета цієї статті – з'ясувати особливості подання лідера тієї чи іншої партії на сторінках партійних газет України останнього часу. Об'єктом дослідження обрано три газети: «Свобода», «Солідарність. Блок Петра Порошенка», «Кличко мер» за 2016 р. Метод контент-аналізу (розгляд конкретних опорних слів і словосполучень, використання візуальних образів), а також порівняння дозволили простежити образи ключових лідерів кількох партій України та зробити висновки щодо перспективності подібного формалізованого аналізу.*

*Ключові слова:* партійна преса, лідер, контент, політична комунікація.

**Вступ.** Соціально-політичний та духовно-моральний досвід партійного лідера на початку ХХІ століття, коли в Україні значно зросла кількість різноманітних за своєю ідеологією партій, відіграє значну роль у процесі політичної комунікації, сприйнятті суспільно-політичних завдань партії, формуванні її визнання серед населення (потенційно – виборців у виборчих кампаніях різного рівня). Розглядаючи партійне лідерство як одну з найпоширеніших форм політичного лідерства, професор М. Морарь подає такі значущі риси партійного лідера: «це авторитетна, визнана у своєму партійному середовищі особа, обрана керувати партією і здатна консолидувати партію та громадян навколо спільної мети, найефективніше репрезентувати інтереси конкретної соціальної групи» [1, с. 83].

В іншій своїй статті цей дослідник розглядає види партійної комунікації у контексті загальної інформатизації суспільства, наголошує на передумовах публічної політики завдяки «інформаційному впливу політичних акторів один на одного та навколишнє середовище» [2, с. 6], підкреслює виникнення «інформаційної індустрії політичних партій» [2, с. 9].

Українські політологи (як загалом і закордонні) активно вивчають становлення та розвиток комунікації у політичних партіях та можливості професійного формування політичного лідерства. Так, питання іміджу лідера (в історичному та сучасному контекстах), функціонування інституту лідерства як механізму впливу в політико-владних відносинах, характеристик психології лідерства, національного та регіонального виміру соціокультурних комунікацій в системі політичного лідерства порушуються на сторінках таких наукових журналів, як «Аналітика і влада», «Актуальні проблеми політики», «Теорія і практика правознавства», «Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони» тощо.

До цих проблем безпосередньо чи опосередковано звертаються М. Головатий, В. Бебик, Ф. Рудич, Ф. Кирилюк, М. Обушний, М. Хилько та ін. Стратегія і тактика побудови іміджу партійного лідера, застосування політичного маркетингу, паблік рилейшнз, пропаганди та інших важливих компонентів формування «візуального образу, політичного символу та соціального стереотипу» вивчаються новим поколінням дослідників у кандидатських дисертаціях (О. Куцова, Н. Лікарчук, О. Логвиненко, І. Демішева, Б. Новожилов, С. Осипова та ін.).

© Георгієвська В., 2016

Не лишилися осторонь цих питань і журналістикознавці, зокрема в руслі загальних досліджень взаємодії політики та мас-медіа певні напрацювання належать А. Москаленку, В. Шкляру, А. Чічановському, В. Карпенку, В. Здоровезі та ін. Але, як правило, не вивчався безпосередній системний зріз політичної комунікації. Тому важливо проаналізувати, як у процесі партійної комунікації відбувається інформаційний зв'язок усередині самої партії, а також із можливими позапартійними споживачами новин, що продукують партійні ЗМІ. При цьому акцентується увага на партійних лідерах, їх презентації у медіа.

*Мета цієї статті* – з'ясувати особливості подання лідера тієї чи іншої партії на сторінках партійних газет України останнього часу. *Об'єктом дослідження* обрано три газети: «Свобода», «Солідарність. Блок Петра Порошенка», «Кличко мер» за 2016 р.

**Методи дослідження.** Основний метод, використаний у статті, – контент-аналіз, що дозволив доволі точно й конкретно визначити показники (частоту згадувань та особливості виявлення характеристик лідера партії та представників своєї або іншої партії). На підставі одержаних кількісних даних, визначення ключових слів і словосполучень, а також візуальних образів, поданих на сторінках партійної преси, проведений порівняльний аналіз та зроблені висновки щодо розуміння ролі лідера в партійній та політичній діяльності в Україні.

**Результати й обговорення.** Проведення контент-аналітичного дослідження, як зазначає білоруська дослідниця Н. Єфімова, передбачає для точнішої ідентифікації використання такої формальної ознаки, як наявність у тексті відповідних *опорних слів* [3, с. 30]. Такими словами щодо ключового поняття (*лідер, партійний лідер*) були визначені безпосередні імена лідерів трьох партій – *Олег Тягнибок* (Всеукраїнське об'єднання «Свобода»), *Петро Порошенко* («Солідарність»). Блок Петра Порошенка), політична партія «Удар» Віталія Кличка (*Віталій Кличко*). Неодноразово використовувалися також синоніми (наприклад, *лідер «Свободи», свободівець, націоналіст* тощо).

Для визначення характеристик партійного лідера та порівняння засобів їх відображення на сторінках партійних часописів обрано три газети, що виходять періодично: «Свобода» (№ 350, 24–30 березня), «Солідарність» (№ 4, квітень), «Кличко мер» (травень). Щоправда, всі часописи мають різну кількість сторінок (відповідно: 12 (але майже дві сторінки відведено під телепрограму), 8 і 4).

Так, у газеті «Свобода» найчастіше використовуються такі опорні слова: *лідер «Свободи» Олег Тягнибок / лідер «Свободи» / голова партії / очільник «Свободи» / Олег Тягнибок* (11); рідше – *очільник націоналістів* (2). Найбільше таких ключових словосполучень на другій сторінці, де є рубрика «Від першої особи». В аналізованому номері подано інтерв'ю О. Тягнибока «Радіо Свобода», де політик так висловився про свої політичні амбіції: «Я політик із 25-річним стажем. І також голова партії, яка ... зуміла реалізувати дуже багато пунктів політичної програми. Для мене не важливо, яку я матиму посаду... Готовий працювати рядовим політичним діячем...» (2016. – № 350).

Досить часто на сторінках газети «Свобода» трапляються висловлювання про активістів партії: найчастіше це такі ключові слова, як: *свободівці, наша політична сила, націоналісти, депутати-свободівці, активісти «Свободи» (міські, районні, обласні організації), голова фракції «Свободи», однопартійки*. У цьому контексті згадуються імена однопартійців О. Тягнибока: А. Ілленка, І. Мірошніченка, О. Вінницького, О. Суховського та ін., як правило, їхній діяльності даються позитивні характеристики (зокрема, в публікаціях «Свобода» не допустила підвищення цін на потяг «Одеса – Київ», «Толерування окупантів», «Треті бандерівські читання», «Нам потрібна лише перемога!» та ін.). Нейтральне забарвлення мають «Рецепти від пані Марії» та «Посміхніться».

Для опозиціонерів «Свободи» (Радикальна партія Олега Ляшка, Партія регіонів, «Самопоміч», «Народний фронт» та ін.) редакція знаходить часто негативні образи й словосполучення: «регіональний депутат – покровитель бурштинових копачів», «депутатка-самопомічанка», «метка самопомічанка, мільйонерка у свої 27 років», «фронтвик» Пашинський, «політсила Яценюка» – «корупційні оборудки Пашинського» тощо (матеріали «Супержадібність», «Підозрюваного у держзраді Шевцова відпустили», «На тендерних закупівлях», «Майстер-клас з корупції» та ін.).

Фактично цю саму ситуацію відображають і фотознімки, подані на сторінках газети ВО «Свобода»: із 31 фотографії лише на трьох присутній лідер партії О. Тягнибок, на 4 – його однопартійці, на 9 – особи інших політичних сил, ще 15 світлин мають нейтральний зміст.

Інакше відбувається інформаційна політична комунікація в газеті «Солідарність. Блок Петра Порошенка», адже ініціатори та недавні очільники цієї партії обіймають важливі пости в державі та столиці – від президента до мера. До опорних слів і словосполучень, які визначають діяльність партії, належать такі: *БПП (Блок Петра Порошенка) / фракція БПП / «Солідарність», наша партія / політична партія, наш представник, іноді – «ми»* тощо. У цьому руслі варто також розглядати ключові постаті БПП: П. Порошенко, В. Гройсмана, Ю. Луценка, чий імена по кілька разів з’являються в квітневому випуску місячника «Солідарність». Та загалом мова йде не стільки про політичних активістів, їхні конкретні вчинки та протистояння іншим силам, як про загальну позицію, справи державної ваги. Наприклад, у квітневому випуску за 2016 р. газета вміщує кілька матеріалів членів БПП: С. Березенка («Солідарність» як партія європейського типу, звіт із чергового з’їзду), голови комітету Верховної Ради Н. Южаніної, заступника голови комітету ВР із правової політики і правосуддя С. Алексєєва («Судова реформа і правове переважання»).

Згадки про інші політичні партії чи їхніх лідерів не мають різко опозиційного налаштування («Самопоміч», «Батьківщина», «Народний фронт», Радикальна партія Олега Ляшка; Андрій Садовий, Юлія Тимошенко та ін.). Частина публікацій на сторінках газети «Солідарність» має нейтральну («без партійного забарвлення») модальність: інтерв’ю з Головою Меджлісу кримськотатарського народу, народним депутатом Р. Чубаровим, скульптором зі світовим ім’ям О. Пінчуком, репортаж із зони відчуження «Тінь Чорнобиля» тощо. Всього на шпальтах «Солідарності» (2016. – Квіт.) виявлено 25 фотографій (також одна карикатура та одна інфографіка), по двічі на них зафіксовані П. Порошенко та Ю. Луценко, їхні однопартійці з’являються на світлинах тричі, решта 18 зображень мають нейтральний зміст.

Дивна ситуація склалась із третім проаналізованим часописом – інформаційним бюлетенем «Кличко мер» (2016. – Трав.): по-перше, архів цього видання, як і основні повідомлення про діяльність київського мера, розміщений на сайті, що вгорі має напис «Партія Удар Віталія Кличка» [4], по-друге, ще на початку жовтня 2016 р. на офіційній сторінці ПП «Солідарність. Блок Петра Порошенка» головою партії було зазначено Віталія Кличка [5]. Отже, в цьому виданні наявні дві політичні сили та столична влада в одній особі – В. Кличка. Невипадково в більшості публікацій, уміщених під рубриками «Пряма мова», «Новини», «Інфраструктура», «Воля до перемоги», «Європейська столиця», де йдеться про висловлювання головного героя газети, подається займенник *ми*. Скажімо, найчастіше В. Кличко в інтерв’ю використовує словосполучення: *«ми як столична влада», «ми вивчаємо», «ми відкріємо», «ми маємо це робити», «ми відкріємо», «ми підтримуємо»* тощо; *дещо рідше – «хочу нагадати», «я спеціально виїжджав», «я особисто»*.

Варто підкреслити: газета «Кличко мер» цілком присвячена офіційній особі: від інтерв’ю «Ми відбудуємо Київ» (с. 1, 3) до замітки «Київ – місто чемпіонів» центральним персонажем виступає В. Кличко. Його синонімами (опорними словами

і словосполученнями) є: мер Києва / мер столиці, мер (6 разів), міський голова / кийівський міський голова (3), голова «Солідарності» / голова партії БПП «Солідарність» (2). Але найчастіше це Віталій Кличко / Кличко / Віталій Володимирович (20 разів). Крім того, в текстах газети використовуються такі ключові слова: старший Кличко, чемпіон, сімейство Кличків (у публікації про брата Володимира). Отже, лідер міста і лідер БПП В. Кличко згаданий в одному випуску газети 28 разів. Що ж стосується ілюстрацій, то на 11 фото сім разів подається образ В. Кличка, двічі його брата, лише два знімки мають нейтральний зміст. Крім БПП «Солідарність», інші політичні сили тут не згадуються.

Таким чином, для позиціонування лідера тієї чи іншої партії, його політичних характеристик, ціннісних орієнтирів у діяльності періодичні видання найчастіше використовують рубрики «Пряма мова», де друкуються провідні цитати з виступів чи інших публікацій («Свобода», «Солідарність», «Кличко мер»). Про авторитетність очільника партії, його змогу консолідувати свої політичні сили, як правило, свідчать факти конкретних вчинків, проекти доброчинності, втілення їх у життя. Кожне з названих видань прагне показати свого героя в дії, у конкретних справах, у відстоюванні важливих державних ідей.

Варто наголосити на думці вченого-політолога Б. Кухти, який у ході дослідження суті й типології формування політичних лідерів – від часів античності до сьогодення, – підкреслює потребу масштабності прагнень і впливу лідера, персоніфікації його суспільної діяльності [6, с. 15]. Науковець вважає, що Україну зможуть вивести з кризи («системної, організаційної, економічної, духовної») лише неординарні особистості. Б. Кухта радить позбутися культу «Ми», колективності, тобто «приниження, покори й меншоварстї»; натомість має утвердитися «культ індивідуалізму». Вчений подає політичний прогноз: «Формування такого ґатунку політиків, які бачать далі від інших, розуміють глибше, переживають сильніше й становитиме політичну еліту України, яка рано чи пізно породить так необхідних великих лідерів, символів й інтеграторів нації» [6, с. 223].

**Висновки та перспективи.** Аналізуючи зміст публікацій окремих номерів партійних видань за 2016 р., звертали увагу на позиціонуванні активістів партії на сторінках обраних часописів, а також оцінюванні представників інших політичних сил. У результаті здійсненого контент-аналізу та порівняння здобутих результатів можна констатувати, що вже назва інформаційного бюлетеня «Кличко мер» відображає основне позиціонування на особі кийівського міського голови.

Толерантну і виважену позицію має газета «Солідарність», яка не лише провадить системну роботу у висвітленні кроків самої партії БПП, а й акцентує увагу на загальнодержавній, ціннісно-моральній, духовній підтримці громадян України.

На сторінках газети «Свобода» чітко протиставляються «свої» й «чужі», однопартійці та інші політичні сили, що часто набувають негативної характеристики. Позиція самого лідера подається на другій сторінці, а його фото не переважають у загальному контенті видання.

Розпочата в цій статті тема може мати перспективи, адже варто звернути увагу на інші партійні видання та їх лідерів. Важливо також простежити загальний оцінний тон різних повідомлень, ідентифікувати оцінки під час контент-аналізу окремих публікацій на сторінках партійної періодики України початку ХХІ століття.

1. Морарь М. В. Партійне лідерство як різновид політичного лідерства [Електронний ресурс] / М. В. Морарь // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Питання політології. – 2011. – № 949, вип. 18. – С. 81–87. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKHP\\_2011\\_949\\_18\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKHP_2011_949_18_17). – Дата доступу: 12.06.2016.

2. Морарь М. В. Партійний лідер у системі політичних комунікацій: теорія і практика [Електронний ресурс] / М. В. Морарь // Грані. – 2016. – № 2. – С. 6–11. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani\\_2016\\_2\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2016_2_3). – Дата доступу: 12.06.2016.

3. *Ефимова Н. В.* Практикум по контент-анализу : учеб.-метод. пособ. / Н. В. Ефимова. – Минск : БГУ, 2015. – 135 с.
4. *Партія Удар* Віталія Кличка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://klichko.org/home>. – Дата доступу: 02.10.2016.
5. *Керівництво // Солідарність*. Блок Петра Порошенка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://solydarnist.org/?page\\_id=18047](http://solydarnist.org/?page_id=18047). – Дата доступу: 02.10.2016.
6. *Кухта Б.* Феномен політичного лідера: історичний силует на тлі епох / Борис Кухта. – Львів : Кальварія, 2000. – 232 с.

UDC 007:304:070

### Image of the leader on the pages of modern party periodicals in Ukraine

**Georgiievskia Viktoriia**, PhD (Social Communications),

Taras Shevchenko National University of Kyiv, The Institute of Journalism, 36/1, Melnykova St., Kyiv, 04119, Ukraine, e-mail: v.georgiievskia@gmail.com

*The article deals on the peculiarities of party leader characteristics in Ukraine in the beginning of the XXI century. Political communication on the pages of party media gives the opportunity to find out informational connections inside the party, to reveal its relations with other parties, and to represent social and political portrait of the leader or leaders. The aim of this article is to give the presentation of the leader of different parties on the pages of party periodicals in Ukraine of the current year. Three newspapers are analyzed («Свобода / Svoboda», «Солідарність. Блок Петра Порошенка / Solidarnist. Block of Petro Poroshenko», «Кличко мер / Klychko as a mayor» in 2016). The methods of content-analyzes and comparison retraced the images of the key party persons in Ukraine. Concrete supporting words and word-combinations (such as leader, party activist, political leader, head of the party, our political / party force, etc.), as well as visual images were explored. Conclusions on the perspective of such formalized analyses are still actual.*

**Key words:** party periodicals, leader, content, political communication.

### Образ лидера на страницах современной партийной прессы Украины

**Георгиевская Виктория**

*В статье рассматриваются особенности формирования характеристик партийного лидера в Украине в начале XXI века. Политическая коммуникация на страницах партийных изданий дает возможность установить информационные связи внутри одной партии, показать ее отношение к другим партиям, отобразить определенный общественно-политический портрет лидера/лидеров. Цель этой статьи – выявить особенности представления лидера той или иной партии на страницах партийных газет Украины последнего времени. Объектом исследования избрано три газеты: «Свобода», «Солідарність. Блок Петра Порошенка», «Кличко мер» за 2016 г. Метод контент-анализа (рассмотрение конкретных опорных слов и словосочетаний, использование визуальных образов), а также сравнения позволили проследить образы ключевых лидеров некоторых партий Украины и сделать выводы относительно перспективности подобного формализованного анализа.*

**Ключевые слова:** партийная пресса, лидер, контент, политическая коммуникация.

1. *Morar' M. V.* Party leadership as a kind of political leadership [Electronic resource] / M. V. Morar' // Visnyk Kcharkivskoho Universytetu imeni V. N. Karazina. Series: Issues of politology. – 2011. – № 949, вып. 18. – P. 81–87. – Reference: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIPP\\_2011\\_949\\_18\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIPP_2011_949_18_17). – Accessed: 12.06.2016.
2. *Morar' M. V.* Party leader in the system of political communication: theory and practice [Electronic resource] / M. V. Morar' // Hrani. – 2016. – № 2. – P. 6–11. – Reference: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani\\_2016\\_2\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2016_2_3). – Accessed: 12.06.2016.
3. *Yefimova N. V.* Practical work on content-analyses : manual / N. V. Yefimova. – Минск : BGU, 2015. – 135 p.
4. *Party Udar* of Vitalij Klychko [Electronic resource]. – Reference : <http://klichko.org/home>. – Accessed: 02.10.2016.
5. *Leaders // Solidarnist'*. Block of Petro Poroshenko [Electronic resource]. – Reference : [http://solydarnist.org/?page\\_id=18047](http://solydarnist.org/?page_id=18047). – Accessed: 02.10.2016.
6. *Kuhta B.* Political leader phenomenon: historical silhouette on the background of epochs / Borys Kuhta. – Lviv : Kal'variia, 2000. – 232 p.

Стаття надійшла до редакції 12.10.206.