

## ПОЛІТИЧНА ТЕМА В ГАЗЕТІ «ДОБРА СПРАВА»

**Актуальність** дослідження зумовлена важливістю і значенням політичної інформації в нашому сьогоденні. Розглянемо як районна газета «Добра справа», що виходить у м. Долина, Івано-Франківської області, передає політичну інформацію. **Мета:** показати яку і як політичну інформацію публікують на сторінках газети «Добра справа». **Завдання:** дослідити номери газети «Добра справа» за 1 місяць до виборів до Верховної Ради України, порівняти їх з числами газети за квітень 2012 року.

Політична передвиборна агітація в пресі є засобом впливу на свідомість і настрої мас, щоб спонукати їх голосувати «за» або «проти» певного кандидата в депутати[1]. «ЗМІ не просто інформують, повідомляють новини, а й пропагують певні погляди, вчення, політичні програми і тим самим беруть участь у соціальному управлінні. Шляхом формування громадської думки, вироблення певних установок, формування переконань ЗМІ підштовхують людину до певних вчинків, дій»[2, с. 2].

Для проведення дослідження використовуємо підшивку газети «Добра справа» з 24.08.12 до 21.09.12. «Добра справа» є тижневим суспільно-політичним виданням, яке приваблює читачів цікавою інформацією. На сторінках видання рясніє реклама, яку розміщують через рекламне агентство «Галла груп». Під час виборчої кампанії газета не залишилася осторонь від співпраці з певними кандидатами. Про це свідчать опубліковані матеріали політичного характеру на сторінках газети. На першій полосі видання «Добра справа» від 24 серпня 2012 розташували відразу два матеріали від кандидатів у народні депутати. Один з них – Володимир Грабовецький, який нині підтримує позицію «Представники влади повинні керуватись християнськими цінностями». Друга публікація про кандидата у народні депутати Олександра Сича. Гасло пана Олександра: «Незалежності гідні незалежні духом». У своїй програмі він опирається на любов до Батьківщини і ставить на перше місце духовність.

У випуску від 31 серпня 2012 редакція газети опублікувала матеріал під заголовком: «Порівняння показників часів В. Ющенко і В. Янукович». Автор статті намагається з'ясувати як жилося народом під час правління обох президентів. Окрім цієї публікації в політичній колонці є матеріал про кандидата в народні депутати Анатолія Диріва. А номер видання від 14 вересня 2012 містить матеріал з прихованою агітацією під назвою «Шановні виборці, земляни! Віддайте на виборах свої голоси за нього!» (за Анатолія Диріва). Такі публікації зі зверненнями зустрічали й у наступних випусках газети «Добра справа».

Стаття «Не вірте «Голосу Батьківщини» в газеті від 14 вересня 2012 нав'язує читачам негатив про «БЮТ». Цей матеріал за викладом думок автора спонукає до думки, що він є замовним.

Під час дослідження натрапили на цікавий матеріал в газеті від 21 вересня 2012. У публікації фігурує пан А. Дирів, який заявляє, що його агітплакати підробили, бо на них написали невірний номер виборчого округу. Гортаючи видання «Доброї справи» постійно натрапляємо на виступи цього кандидата у народні депутати і припускаємо, що редакція співпрацює з ним. Про це свідчать і наведені нами приховані рекламні матеріали. Знайшли ще одну агітаційну передвиборчу інформацію у передвиборчій рубриці: «В. Кредісов: Не маю і не матиму нічого спільного з Партією регіонів». Ця особа також фігурує не перший раз на полосах газети.

Отже, дослідивши політичну інформацію у газеті «Добра справа», припускаємо, що видання співпрацює з деякими кандидатами у народні депутати. На це вказує те, що політичну агітацію видання мало б друкувати під рубрикою «Політична реклама», а не розміщувати серед звичайної інформації. Такі випадки у пресі є непоодинокі, найчастіше це відноситься до районних ЗМІ, які відкрито підтримують місцевих можновладців.

Порівнявши «свіжі» випуски видання з квітневими, помітили: як впадають в очі передвиборчі обіцянки й заклики, прізвиська народних «улюбленців» на сторінках видання «Добра справа» в останній місяць перед виборами.

### Список використаної літератури

1. Агітація/<http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B3%D1%96%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>
2. Войтович Н. О. Етичні норми політичної реклами та їх особливості в ЗМІ // Вісн. Львів. ун-ту ім. Івана Франка. – Сер. Журналістика. – Львів, 2007. – С. 126–129.