

УДК 323.2 (659.03:655.4) (477)
DOI <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i30.9686>

В. І. Ломейко

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4777-3444>

аспірантка кафедри політичної теорії
факультету психології, політології та соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

**«ПЕРША ШПАЛЬТА». ПОРЯДОК ДЕННИЙ МЕДІА МІЖ I ТА II ТУРАМИ ПРЕЗИДЕНТСЬКОЇ
КАМПАНІЇ 2019 Р. (НА ПРИКЛАДІ ДОСЛІДЖЕННЯ МАТЕРІАЛІВ САЙТУ ВИДАННЯ
«ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. УКРАЇНА»)**

*На ваших очах ми пройшли шлях від королів інсайду – через острів свободи, де в часи жорсткої
цензури могли себе реалізовувати журналісти інших видань, – до заповідника смислів.
В. Мостовий, Ю. Мостова [10]*

Постановка проблеми. Теорія «порядку денного» вже понад 55 років посідає чільне місце у ландшафті міждисциплінарних студій, пропонуючи вельми дієвий інструментарій для дослідження взаємного впливу масмедіа, політики та суспільства. Сьогодні представники теорії порядку денного шукають відповіді щодо формування політичних орієнтацій за допомогою мережі й особливостей порядку денного у мережевих медіа [24]. Спираючись на багаторічний досвід дослідження перманентних трансформацій медіа від друкованих до аудіо-візуальних засобів, а згодом – мережевих інтерактивних медіа, теоретики порядку денного намагаються зазирнути у майбутнє взаємодії медіа, суспільства та політики [25], поширити ідеї настановчості на нові соціальні простори й отримати нові знання щодо ролі медіа [23]. «Серед факторів, які визначають сучасний стан і перспективи розвитку... дискурсу слід відзначити не лише поступовий відхід від радянських/пострадянських дискурсивних практик і медіатизацію політики, а і розвиток мережевих засобів соціальних і політичних комунікацій» [8].

Під час виборчих кампаній медіа виконують настановчу функцію, тобто визначають ієрархію суспільних проблем, які потребують політичного вирішення. Загальновідомо, що настановчість медіа проявляється у нав'язуванні тем, на яких зосереджується увага громадської думки: медіа мають потенціал вирішувати, «про що думати» громадянам, натомість ставлення до тієї чи іншої теми порядку денного – більш складний феномен. Завдяки порядку денному, який встановлюють медіа (не лише медіа, але насамперед – саме вони) суспільна увага зосереджується на одних проблемах та оминає інші. Це, безумовно, впливає на результат виборів. «Суспільство потребує змін. Революція Гідності, а також результати виборчих кампаній 2014 та 2019 рр., демонструє сформульовані потужні соціальні інтенції щодо

продовження демократичного транзиту та створення нових правил та інститутів» [26].

Медіа фокусують увагу стейкхолдерів на проблемі. Відзначаємо зв'язок між медіа-порядком денним, публічним порядком денним, політичним порядком денним та урядовим порядком денним: вони не дорівнюють один одному, але корелюють між собою.

Актуальність теорії порядку денного для дослідження вітчизняної політики полягає у тому, що вона може допомогти якщо не уникнути деяких загроз, то принаймні мінімізувати їх вплив. Погодимось: «У процесі комунікаційної взаємодії у сучасну добу, яка характеризується змінами традиційних форм і механізмів панування та трансформаціями політичних інституцій, з'являються нові небезпеки для демократії. Можна стверджувати, що це безпосередньо стосується країн, у яких демократія ще не утвердилася. Як одна з небезпек або один із викликів демократизації, розглядається процес медіатизації політики, що потенційно несе в собі загрозу появи нової форми тоталітарного панування – інформаційного» [21]. Водночас одним із головних завдань сьогодні виступає створення солідарного порядку денного. С. Дацюк вказує: «Значна частина лідерів суспільної думки в Україні мають установки не на солідарність, а на фрагментацію суспільства. Так само важко створювати солідарний порядок денний з актуальної проблематики. Тут ми не можемо досягнути солідарності у жодній із принципів для України сучасних проблем... Тож порядок денний, який неможливо солідаризувати, стає дегенеративним» [1]. Конкуренція за контроль над порядком денним у медіа загострюється під час виборів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У дослідженні використовується теорія порядку денного для визначення особливостей конструювання порядку денного в українських медіа у період між I та II туром президентської

кампанії 2019 р. У дослідженні використано розробки щодо порядку денного М. Мак-Комбса, С. Дацюка, О. Демянчука, В. Ковалевського, Д. Шоу, Д. Яковлева.

Застосовуючи положення цієї теорії щодо конструювання порядку денного у медіа, проведено емпіричне дослідження аналітичних матеріалів видання «Дзеркало тижня. Україна». Видання «Дзеркало тижня» є одним із найвпливовіших тижневиків в Україні протягом декількох десятиліть [7]. До нього зверталися переважно лідери бізнесу та політики в Україні у 2019 р. [5]. Саме це видання входить до ТОП-10 сайтів за якістю інформації [3].

Мета та завдання статті. Мета статті – дослідити порядок денний українських медіа між I та II турами виборів Президента України 2019 р. (на прикладі аналізу сайту видання «Дзеркало тижня. Україна»). Для реалізації цієї мети необхідно виконати такі завдання. По-перше, визначити одну із головних проблем порядку денного в українських медіа: суперечність між солідарністю («солідарний порядок денний» за С. Дацюком) і розпорошеністю тем порядку денного (фрагментацією). По-друге, провести емпіричне дослідження матеріалів сайту видання «Дзеркало тижня. Україна» задля визначення особливостей порядку денного між I та II турами виборів Президента України 2019 р. По-третє, окреслити тематику, яка характеризує унікальність медіа-впливу на особливості конструювання порядку денного.

Вклад основного матеріалу дослідження. На підготовчому етапі дослідження було здійснено спробу визначення видання, яке найбільше впливає на порядок денний в Україні. Слід відзначити, що раніше такого роду досліджень не проводилося. Авторка спиралася на дані соціологічних досліджень [9] і рейтингів [3]. Відзначимо, що одразу декілька видань позиціонують себе на ринку медіа саме через вплив на політичний порядок денний, а настановчість визначають одним із головних завдань. Окрім видань «Українська правда» (<https://www.pravda.com.ua>) та «Дзеркало тижня» (<https://zn.ua/ukr>). Україна», слід назвати, наприклад, «День» (www.day.kyiv.ua), «Український тиждень» (<https://tyzhden.ua>), «НВ» (<https://nv.ua/ukr>), «Фокус» (<https://focus.ua/uk>), ін. На сайті «Українського тижня» зазначено гасло видання: «Формуємо порядок денний разом» (<https://tyzhden.ua>). Газета «День» ставить амбітне завдання – готувати альтернативний порядок денний. Головний редактор газети «День» Л. Івшина наголошує на тому, що завдання газети пропонувати альтернативу. Вона зазначає у редакторській колонці: «Ми здійснюємо свою альтернативу, не знаю, наскільки успішно. Можливо, не дуже, судячи з нашої реальності. Єдине, що я можу сказати: якби не було нашої «оптики» – то було б

складно уявити, наскільки великою є кривизна. Ми просто відсвічуємо і показуємо, як далеко ми зайшли в цій спотвореній системі координат» [6]. Їхні сайти поступаються «Українській правді» та «Дзеркалу тижня. Україна» за кількістю відвідувань, але вони, безумовно, також впливають на порядок денний.

У 2019 р. за двома критеріями: 1) вплив на лідерів бізнесу та політиків [5]; 2) якість аналітичної інформації та відповідність професійним стандартам [3] першість отримали видання «Українська правда» та «Дзеркало тижня. Україна» [9]. Враховуючи мету нашого дослідження, перевагу було надано виданню «Дзеркало тижня. Україна» як щотижневому виданню. Така періодичність дозволяє побачити зміни порядку денного протягом чотирьох тижнів електоральної кампанії між I і II туром (із 31 березня по 21 квітня 2019 р.).

Було досліджено чотири випуски інформаційно-аналітичного щотижневика «Дзеркало тижня. Україна» у зазначений період: випуск № 12 (30 березня – 5 квітня), випуск № 13 (6–12 квітня), випуск № 14 (13–19 квітня), випуск № 15 (20–25 квітня). У статті Сергія Рахманіна «Пролітаючи над гніздом «качки»» [14] йдеться про одну із головних проблем для громадян, які спостерігають за конструюванням порядку денного під час виборчої кампанії – розрізнення реального та надуманого. Він пише: «Є знаменитий тест на очевидність, який отримав назву «качиного». Суть сформульована просто: «Коли щось на вигляд як качка, плаває як качка і крикає як качка, то, ймовірно, це і є качка». Вітчизняні вибори-2019 (причому обидва раунди – і президентський, і парламентський) стануть для українського виборця своєрідним «duck-test». Правда, з трохи іншим смисловим навантаженням – тестом на адекватність» [14].

Легко впізнавані у цих виборчих маніпуляціях основні кандидати на президентську посаду. «Птахолови людських душ постаралися на славу, крадучи звичні значення слів і наділяючи установлені поняття іншими смислами. З їхньої легкої руки громадяни стали наділяти одних політичних «пернатих» неіснуючими чеснотами, інших – відсутніми пороками. Драні півні вихваляються готовністю здійснити кругосвітній переліт (і багато хто вірить), надуті павичі співають під «фанеру» солов'їними голосами (і хтось плаче від розчулення). «Кульгаві качки» з телеекранів здаються бойовими яструбами. Неоперені пташата, які клюють із брудної лапи хазяїна й нездатні навіть виразно цвірінкати, – орлами, що високо ширяють над дрібними сутічками. Усе остаточно перестає здаватися тим, чим є насправді. Чи багато тих, хто зможе відрізнити реальне від надуманого? Народжені вільними птахами все одно наберуть висоту. Ми ще злетимо. Ми ще

політаємо. Виборами раніше – виборами пізніше. Жаль, долетять не всі» [14].

Також у цьому випуску висвітлюються теми енергетичних реформ, земельної реформи (ця тема ще не була «топовою»), трудової міграції, реформування Укрзалізниці, будівництва доріг тощо [14].

У статті «Три стовпи популізму як новітньої зброї XXI століття» В. Ткач пише: «Інформаційна інфраструктура постмодерну, яка формувалася з метою створення і задоволення нав'язаного попиту – основи фейкових капіталів – в умовах розмитих стереотипів (пам'ятаєте «геть стереотипи»?) та притлумлених гіпертрофованою секуляризацією моральних настанов і наступним упродовженням етики нігілізму... дала можливість пройдисвітам вихолостити смисли політичного життя і перетворити його простір на шоу: принципи поступилися місцем анекдотам» [19].

Автор пов'язує здатність визначати порядок денний із суверенітетом. Ще одна цитата: «Коли ти перестаєш формувати власний «порядок денний», а змушений розплітати нав'язаний – це і є втратою суверенітету і окупацією ментального простору людей. Це і є метою «нової» війни» [19]. У наступному випуску (6–12 квітня) йдеться про проблему «Приватбанка» у контексті виборчої кампанії. У статті «Нерозмінний п'ятак» Ю. Самаєва пише: ««Зеленський зіллється перед другим туром, щоб Петя повернув Приватбанк...», – такі та більш божевільні версії сніжною лавиною падають на голови обивателів, які щойно оговталися від першого туру президентських виборів» [16]. У статті «Аналіз кандидатів – версія Заходу» Т. Силіна пише: «Головне, чого боялися в демократичному світі, – масштабних фальсифікацій, сумнівних результатів, недостатньої легітимності переможця і, як наслідок, масових протестів та чергової дестабілізації ситуації в Україні, якою, цілком імовірно, міг би скористатися Путін. Тому команди основних гравців – Порошенка та Тимошенка... за інформацією DT.UA, були неодноразово й різними вустами попереджені: «Жодних фальсифікацій! Вибори мають бути чесними. Інакше буде боляче»» [18]. У статті присутня критика обох кандидатів, які вийшли до другого туру, а також Ю. Тимошенко: «Зафіксовані численні випадки підкупу виборців, особливо масово – командами П. Порошенка та Ю. Тимошенка. Чинний президент не робив чіткого розмежування між діяльністю очільника держави та своєю виборчою кампанією... з активним використанням адмінресурсу» [18]. Підсумок першого туру для Заходу: «Порошенко неприємний, але зрозумілий. Позасистемний Зеленський викликає настороженість і суцільні запитання. Тінь Коломойського зрима й відчутна... «Голосування було референдумом щодо Порошенка», – написала Мелінда Гарінг на

сторінках авторитетного американського журналу Foreign affairs» [18].

У статті «Для тих, хто «в танку»-2: між Сцілою і Харибдою» наведено кремлівські сценарії щодо України після виборів. В. Дубровський пише: «Щоб вирішити стратегічне завдання бодай часткового повернення «блудної доньки» в лоно імперії, Кремлю мало запустити альтернативний транзит газу в Європу та розмістити війська в Білорусі. Йому треба добитися, аби бодай частина України, а краще – більша частина... сприйняла інтервенцію як вирятування, а в очах Заходу її можна було виправдати гуманітарною катастрофою, громадянською війною чи фашистською диктатурою» [2]. Наголос робиться на небезпеці сценарію «фортеці», який розіграє у виборчій кампанії П. Порошенко, та можливому сценарію капітуляції, що пов'язується із перемогою В. Зеленського. «Таким чином, якщо збудуться мрії найзатятіших «порохоботів», то, швидше за все, «фортеця» впаде зсередини. І відкриє шлях хаосу, за яким (*і це другий кремлівський варіант*) закономірно прийдуть загарбники – «рятівники». Мабуть, це станеться трохи пізніше, ніж у випадку з капітуляцією, але майже так само неминуче і з абсолютно аналогічними наслідками» [2].

У чотирнадцятому випуску (13–19 квітня) на «першій шпальті» О. Чорний міркує «Яке суспільство ми будували три десятиліття, і що з цього вийшло?». Він пише: «Відчуження переважної більшості населення від механізмів призначень і контролю у всіх трьох гілках влади збереглося. Дотепер за браком принципу формування Верховної Ради на пропорційній основі за відкритими партійними списками ці списки формують самі партії, а точніше – їхні власники. У сучасній Україні голів місцевих адміністрацій призначає президент за поданням Кабміну, кандидатури якому, у свою чергу, подає Комісія з питань вищого корпусу державної служби. Суддів місцевих судів також призначає президент за поданням Вищої ради юстиції на підставі рекомендацій Вищої кваліфікаційної комісії суддів... Чи варто говорити, що до порядку звільнення голів місцевих адміністрацій, суддів, депутатів Верховної Ради і президента «переважна більшість населення» не має жодного стосунку. Про непотизм (кумівство) і квотний принцип при призначеннях в органи влади не писав тільки ледачий. «Соціальні ліфти», як і при соціалізмі, катають тільки обраних. Таким чином, за винятком такого досягнення, як вибори населенням громади голів міст (мерів), відчуження переважної більшості населення від механізмів призначень і контролю у всіх трьох гілках влади збереглося» [20]. Діагноз – відчуження суспільства від прийняття рішень. Висновок: «У програмах обох кандидатів у президенти, що залишилися у виборчих перего-

нах, немає розуміння системного, фундаментального характеру суперечностей, позначених порядком денним іще з розпадом Союзу, обидва вони відштовхуються від сьогоднішнього» [20]. У статті «Україна – НАТО: за поствиборним горизонтом» аналізується програма В. Зеленського щодо відносин Україна – НАТО. Автор пише: «Його позиція щодо вступу до альянсу доволі неоднозначна. Згідно з його програмою рух України в НАТО й «інші подібні об'єднання» – запорука безпеки країни, в яку він вірить і яка «має отримати підтвердження через всеукраїнський референдум». Із конкретики – професійна армія і зарплата військовослужбовців на рівні стандартів НАТО. Хотілося б зрозуміти, про які «інші подібні об'єднання», тобто військово-політичні союзи, йдеться? Навряд чи «команда Зе» мислить категоріями реінкарнації Варшавського договору або розраховує на інтеграцію України в ОДКБ» [12]. Саме у цьому випуску чи не вперше на порядку денному українських медіа між I і II туром президентської кампанії з'являється тема дострокових парламентських виборів. У статті «Дострокові парламентські вибори – міфи та реалії» С. Рахманін пише: «Перемога Зеленського на президентських виборах сьогодні видається більш ніж імовірною. Таким самим очевидним є його бажання отримати велику фракцію в Раді. Конструктором оригінальної «пастки для Ради» наші джерела називають Андрія Богдана, що здійснює юридичний супровід кандидата Зеленського і водночас є особистим адвокатом Коломойського. Стверджують, що Богдан (один із можливих кандидатів на посаду глави АП у разі перемоги Зеленського) має міцні зв'язки з київським ОАС» [13]. 12 квітня вийшла стаття «Помста президента і демарш губернатора», присвячена скандалу навколо звільнення Голови Одеської обласної державної адміністрації М. Степанова. У ній оцінюються негативні наслідки звільнення М. Степанова для П. Порошенка, зроблено передбачення щодо подальшої кар'єри М. Степанова у разі перемоги В. Зеленського. Н. Перстньова пише: «Порошенко пообіцяв, що Одещиною більше не управлятимуть варяги. Він визнав, що призначення губернаторами Ігоря Палиці, Міхеїла Саакашвілі й Максима Степанова були його кадровими помилками... Якщо влада в країні зміниться, Степанова, скоріш за все, не забудуть» [11]. У цьому випуску йдеться також про такі теми виборчого порядку денного, як регіональна політика і скасування недоторканності та спрощення процедури імпичменту, необхідність повернення президентських повноважень у конституційне поле [4], рішення Окружного суду про неправомірність націоналізації Приватбанку [15] тощо. Фактично формується поствиборчий порядок денний, акцентуються завдання для наступного президента.

У статті «Війна і люди» В. Самар підбиває підсумки періоду між I і II туром. «Далі побачимо різницю або схожість в адекватності оцінки загроз і здатності їм протистояти з обстоюванням державних, а не шкурних інтересів» [17].

Теми, які окреслюються у цій статті, фактично є порядком денним нового Президента після виборів: відчуження («Відчуття загальної рівності, своєрідної егалітарності, яке мільйони українців переживали під час Майдану, випарувалося, щойно сцена Майдану переселилася на Банкову та Грушевського»), проблема комунікації глави держави із суспільством і медіа («Володимир Олександрович обіцяє спілкуватися з народом прямо, у тому числі щодня переконуючи жителів Донбасу в необхідності вступу України до НАТО»), проблема територіальної цілісності («Я знаю, чому Петро Порошенко в перший рік свого президентства взагалі не вимовляв слова «Крим». Вуста розверзлись у момент експропріації РФ під виглядом «націоналізації» належного йому Севморзаводу»).

В. Самар пише: «Тема уроку, який із тріском провалила влада нинішня і який має вивчити влада потенційна, – це Донбас, Крим, корупція» [17]. Слід відзначити, що сам ці теми визначають порядок денний медіа, влади та суспільства й сьогодні.

Висновки. Політичний порядок денний між I і II турами виборів Президента України характеризується поступовою зміною головних тем. Це перехідний порядок денний. Від суто виборчої аналітики щодо результатів I туру й шансів на перемогу двох кандидатів (П. Порошенка та В. Зеленського) та причин поразок інших (передусім Ю. Тимошенко та Ю. Бойко) за декілька тижнів медіа переходять до обговорення суспільно важливих тем подальшого політичного розвитку. Медіа не лише фіксують певні події (відставку М. Степанова, позицію А. Авакова, заяви західних партнерів, справу «Приватбанку» тощо), а й окреслюють напрями дій для наступного Президента. Це проблеми територіальної цілісності, безпеки, подолання корупції, відчуження влади від суспільства. Залишається відкритим питання щодо того, де саме у період між турами формується порядок денний, який транслують медіа? І де знаходиться та думка, яка завдяки медіа стає згодом «громадською думкою»?

За результатами дослідження матеріалів сайту видання «Дзеркало тижня. Україна» визначено, що порядок денний між I і II турами виборів Президента України 2019 р. (31 березня – 21 квітня) формується навколо таких тем, як: безпека та територіальна цілісність, помилки П. Порошенка (кадрові, а також корупція і провал судової реформи), проблема «Приватбанку», необхідність реформ і конкретні пропозиції щодо їх здійснення в енергетиці, будівництві доріг; земельна

реформа, трудова міграція та дострокові парламентські вибори.

Погодимось з тим, що однією із проблем українських медіа є «відсутність у медійному просторі позиції, яка би репрезентувала інтереси суспільства» [22]. Головним здобутком саме видання «Дзеркало тижня. Україна» можна назвати те, що у кожному випуску до порядку денного системно вноситься тема щодо відповідальності суспільства не лише за конкретний електоральний вибір, а й за подальшу реалізацію реформ. Саме тема відповідальності суспільства, соціальних вад і патологій, відсутності солідарності, необхідності протистояти фейкам і розрізняти реальне й надумане (С. Рахманін) є, безумовно, фундаментом медіа порядку денного.

Література

1. Дацюк С. Створити солідарний порядок денний. *Українська правда: інтернет-видання. Блоги*. 2018. 15 травня. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/5afa6486b9c36/> (дата звернення: 22.06.2021)
2. Дубровський В. Для тих, хто «в танку»-2: між Сціллою і Харібдою. *Дзеркало тижня: інформаційно-анлітичний тижневик*. 2019. 6–12 квітня (Випуск № 13). URL: https://zn.ua/ukr/internal/dlya-tih-hto-v-tanku-2-mizh-scilloyu-i-haribdoyu-307778_.html (дата звернення: 22.06.2021)
3. ІМІ склав список 10 сайтів з якісною інформацією. *Сайт Інституту масової інформації*. 2021. 21 січня. URL: <https://imi.org.ua/news/imi-sklav-spysok-10-sajtiv-z-yakisnoyu-informatsiyeyu-i37201> (дата звернення: 22.06.2021)
4. Кириченко Ю. Бондаренко Б. Імпічмент президенту. *Дзеркало тижня: інформаційно-анлітичний тижневик*. 2019. 20–25 квітня (Випуск № 15). URL: https://zn.ua/ukr/internal/impichment-prezidentu-309097_.html (дата звернення: 22.06.2021)
5. Красненкова Н. Кого читають лідери бізнесу та політики? *Економічна правда*. 2019. 13 травня. <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/05/13/647716/> (дата звернення: 22.06.2021)
6. Лариса Івшина. Профіль. *Сайт Всеукраїнської щоденної газети «День»*. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/profile/larisa-ivshina> (дата звернення: 22.06.2021)
7. Лещенко С. Орбіти політичних медіа: сфера впливу Пінчука, Ахметова, Порошенка, Ющенка... *Українська правда*. 2006. 6 грудня. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/12/6/4409790/> (дата звернення: 22.06.2021)
8. Ломейко В.І. Парламентський дискурс як складова політичного дискурсу: між повсякденністю, політикою та правом. *S.P.A.C.E. Society, Politics, Administration in Central Europe*. 2019. № 11. С. 21–28.
9. Медіауподобання українських експертів та журналістів: результати опитування. *Сайт Українського кризового медіа-центру*. 2020. 23 липня. URL: <https://uacrisis.org/uk/mediaupodobannya-ukrayinskyh-ekspertiv-ta-zhurnalistiv-rezultaty-opytuvannya> (дата звернення: 22.06.2021).
10. Мостовий В., Мостова Ю. Відшелестіли... Сьогодні типографія надрукувала останній номер тижневика «Дзеркало тижня». Одна тисяча двісті сімдесят п'ятий. *Дзеркало тижня*. 2019–2020. 27 грудня – 10 січня. (Випуск № 50). URL: https://zn.ua/ukr/internal/ze-povit-334130_.html (дата звернення: 22.06.2021)
11. Перстньова Н. Помста президента і демарш губернатора. *Дзеркало тижня*. 2019. 13–19 квітня (Випуск № 14). URL: https://zn.ua/ukr/internal/pomsta-prezidenta-i-demars-h-gubernatora-308455_.html.
12. Пилипчук Д. Україна – НАТО: за поствиборним горизонтом. *Дзеркало тижня*. 2019. 13–19 квітня (Випуск № 14). URL: https://zn.ua/ukr/international/ukrayina-nato-za-postvibornim-gorizontom-308448_.html (дата звернення: 22.06.2021).
13. Рахманін С. Дострокові парламентські вибори — міфи та реалії. *Дзеркало тижня*. 2019. 13–19 квітня (Випуск № 14). URL: https://zn.ua/ukr/internal/dostrokovyi-parlamentski-viborimifi-ta-realiyi-308454_.html (дата звернення: 22.06.2021).
14. Рахманін С. Пролітаючи над гніздом «качки». *Дзеркало тижня*. 2019. 30 березня – 5 квітня (Випуск № 12). URL: https://zn.ua/ukr/internal/prolitayuchi-nad-gnizdom-kachki-307055_.html (дата звернення: 22.06.2021).
15. Самаєва Ю. Всі у сад! Каву пити... *Дзеркало тижня*. 2019. 20–25 квітня (Випуск № 15). URL: https://zn.ua/ukr/internal/vsi-u-sad-kavupiti-309098_.html (дата звернення: 22.06.2021).
16. Самаєва Ю. Нерозмінний п'ятак. *Дзеркало тижня*. 2019. 6–12 квітня (Випуск № 13). URL: https://zn.ua/ukr/internal/nerozminniy-p-yatak-307779_.html (дата звернення: 22.06.2021).
17. Самар В. Війна і люди. *Дзеркало тижня*. 2019. 20–25 квітня (Випуск № 15). URL: https://zn.ua/ukr/internal/viyna-i-lyudi-309095_.html (дата звернення: 22.06.2021).
18. Силіна Т. Аналіз кандидатів – версія Заходу. *Дзеркало тижня*. 2019. 6–12 квітня (Випуск № 13). URL: https://zn.ua/ukr/internal/analiz-kandidativ-versiya-zahodu-307774_.html (дата звернення: 22.06.2021).
19. Ткач В. Три стовпи популізму як новіт-

ньої зброї XXI століття. *Дзеркало тижня*. 2021. 30 березня – 5 квітня. (Випуск № 12). URL: https://zn.ua/SOCIUM/tri-stolpa-populizma-kak-poveyshego-oruzhiya-hhi-veka-313228_.html (дата звернення: 22.06.2021).

20. Чорний О. Яке суспільство ми будували три десятиліття, і що з цього вийшло? *Дзеркало тижня*. 2019. 13–19 квітня (Випуск № 14). URL: https://zn.ua/ukr/internal/yake-suspilstvo-mi-budovali-tri-desyatilittya-i-schoz-cogo-viyshlo-308452_.html (дата звернення: 22.06.2021).

21. Яковлев Д.В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація : монографія. Одеса : Астропринт, 2009. 288 с.

22. Яковлев Д.В. Політична інтеракція у сучасній Україні: особливості та складові : автореф. дис. ... докт. політ. наук : 23.00.02 Одеса, 2009. 30 с.

23. McCombs M, Valenzuela S. The Agenda-Setting Theory. *Cuadernos de Informacion*. 2007. N m. 20. P. 44–50.

24. McCombs M. E., Shaw D. L., Weaver D. H. New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*. 2014. Vol. 17, Iss. 6. P. 781–802. DOI: 10.1080/15205436.2014.964871.

25. Mrogers E., Wdearing J. Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going? *Annals of the International Communication Association*. 1988. Vol. 11. Iss. 1. P. 555–594. DOI: 10.1080/23808985.1988.11678708

26. Yakovleva, L., Yakovlev, D. Institutional interaction and political choice in a transitional society. What role for the social sciences. *Nationalism and Ethnic Politics*. 2020. № 2 (4). P. 582–608.

впливають на порядок денний в Україні: «Українська правда», «Дзеркало тижня. Україна», «Фокус», «НВ», «Український тиждень», «День». Задля визначення унікальної тематики, яка є притаманною саме медіа у конструюванні порядку денного, було обрано видання «Дзеркало тижня. Україна». На 2019 рік це видання отримало першість за впливом на лідерів бізнесу і політики та якістю аналітичної інформації та відповідності професійним стандартам. Вибірку сформували чотири випуски у період між I та II турами (31 березня – 21 квітня) президентських виборів 2019 р. За результатами дослідження визначено, що політичний порядок денний у медіа характеризувався поступовою зміною головних тем – від результатів I туру та шансів на перемогу двох кандидатів (П. Порошенка та В. Зеленського) та причин поразок інших (передусім Ю. Тимошенко та Ю. Бойка) до визначення суспільно важливих тем подальшого політичного розвитку. Медіа не лише фіксують певні події (відставку М. Степанова, позицію А. Авакова, заяви західних партнерів, справу «Приватбанку» тощо), а й окреслюють напрями дій наступного Президента. Порядок денний формується навколо таких тем, як: безпека та територіальна цілісність, помилки П. Порошенка (кадрові, а також корупція і провал судової реформи), проблема «Приватбанку», необхідність реформ і конкретні пропозиції щодо їх здійснення в енергетиці, будівництві доріг; земельна реформа, трудова міграція та дострокові парламентські вибори. Унікальність порядку денного у медіа зумовлена тим, що у кожному випуску журналісти й експерти системно звертаються до теми відповідальності суспільства. Це стосується не стільки конкретного електорального вибору, а й подальших реформ. Саме теми відповідальності суспільства, соціальних вад і патологій, відсутності солідарності, необхідності протистояти фейкам і розрізняти реальне та надумане (С. Рахманін) виступають фундаментом порядку денного медіа, забезпечують його унікальність порівняно з порядком денним політиків, урядовців та олігархів.

Ключові слова: масмедіа, порядок денний, вибори Президента України 2019 р., солідарний порядок денний, настановчість медіа, «Дзеркало тижня. Україна».

Анотація

Ломейко В. І. «Перша шпальта». Порядок денний медіа між I та II турами президентської кампанії 2019 р. (на прикладі дослідження матеріалів сайту видання «Дзеркало тижня. Україна»). – Стаття.

Статтю присвячено визначенню основних тем політичного порядку денного в аналітичних матеріалах видання «Дзеркало тижня. Україна» між першим і другим турами виборів Президента України у 2019 р. Теорія порядку денного виходить із того, що медіа впливають на політику за допомогою конструювання порядку денного, тобто визначаючи ієрархію суспільно значущих проблем. В Україні медіа завше є відлунням кланових, олігархічних інтересів. Констатуємо брак досліджень щодо визначення рівня впливу окремих медіа на політичний порядок денний, тобто рівня їх політичної «впливовості». Наша розвідка є однією з перших спроб окреслити коло медіа, які конструюють порядок денний в Україні. На підготовчому етапі дослідження було визначено видання, що

Summary

Lomeyko V. I. «The front page». Media agenda between I and II rounds of the 2019 presidential campaign (the example of the research of materials of an online edition «Mirror of the Week. Ukraine»). – Article.

The article is devoted to defining the main topics of the political agenda in the analytical materials of the newspaper «Mirror of the Week. Ukraine» between the first and the second rounds of the 2019 presidential elections in Ukraine. Agenda-setting theory is based on the fact that the media influence politics by constructing an agenda, i.e. determine the hierarchy of socially significant issues. In Ukraine, the media is always an echo of clan, oligarchic interests. To date, there is no research to determine the level of influence of individual media on the political agenda, i.e. their political «influence». This research is one of the first attempts to outline the range of media that build the agenda in Ukraine. At the preparatory stage of the study, the publications that

influence the agenda in Ukraine have been identified: «Ukrayinska Pravda», «Mirror of the Week. Ukraine», «Focus», «NV», «Ukrainian Week», «Day», etc. In order to determine the unique topics that are inherent in the media in the construction of the agenda, the publication «Mirror of the Week. Ukraine» has been chosen. In 2019, «Mirror of the Week. Ukraine» won the championship in terms of its impact on business and political leaders, the quality of analytical information and compliance with professional standards. This weekly publication has been chosen for the research. The sample was formed by four issues between the first and second rounds (from 31 March to 21 April) of the 2019 presidential elections. According to the results of the study, it has been determined that the political agenda in the media is characterized by a gradual change of the main topics: from the results of the first round and the chances of the victory of two candidates (P. Poroshenko and V. Zelensky) and the reasons for the defeats of others (first of all, Y. Tymoshenko and Yu. Boyko) to the identification of socially important topics for further political development. The media not only cover certain events (M. Stepanov's resignation, A. Avakov's position, statements of Western

partners, the case of Privatbank, etc.), but also outline the directions of the next President's actions. The agenda is formed around the following topics: security and territorial integrity, P. Poroshenko's mistakes (personnel ones, as well as the corruption and the failure of judicial reform), the problem of «Privatbank», the need for reforms and specific proposals for their implementation in energy, road construction; land reform, labor migration and early parliamentary elections. The uniqueness of the agenda in the media is due to the fact that in each issue journalists and experts systematically address the topic of social responsibility. This applies not so much to a specific electoral choice, but also to further reforms. It is the themes of social responsibility, social defects and pathologies, the lack of solidarity, the need to resist fakes and distinguish between the real and the imagined (S. Rahmanin) that are the foundation of the media agenda. They ensure its uniqueness compared to the agenda of politicians, government officials and oligarchs.

Key words: mass media, agenda, elections of the President of Ukraine in 2019, solidarity agenda, media orientation, «Mirror of the Week. Ukraine».