

Список використаних джерел

1. Закон України «Про рекламу» від 07.03.1996// Відомості Верховної Ради України. – 1996, № 39, ст. 181.
2. Грицюта Н. М. Наукове вивчення етичних аспектів рекламної комунікації [Текст] / Н. М. Грицюта // Світ соціальних комунікацій: наук.журн. [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 4. – К.: КиМУ, ДонНУ, КПУ. – 2011. – С.145- 150.
3. Національна експертна комісія України з питань захисту суспільної моралі [Електр. ресурс]. – Загол. зекрана. – Режим доступа: <http://www.moral.gov.ua>
4. Хавкіна Л. М. Сучасна доба кризь призму реклами / Л. М. Хавкіна // Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій: матеріали всеукр. наук.-практич. конф. [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова]. – К.: Інститут журналістики, 2013. – С. 78- 83.

ПИСАРЕНКО Л. М.

Національний університет «Одеська юридична академія»,
старший викладач кафедри журналістики

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ТЕМАТИКИ В ГАЗЕТІ «СЛОВО»

Жодна країна світу не обходиться без діяльності засобів масової інформації (далі ЗМІ), які ставлять собі за мету звернення до масової аудиторії, є доступними для багатьох людей, а також є засобом розповсюдження інформації, без якої не може існувати жодна соціально-політична система.

Тільки тоді, коли інформаційний потік є безперервним, людина може продуктивно мислити, активно діяти. Цей необхідний потік інформації надають різні засоби масової інформації.

Крім того, громадські медіа можуть бути засобом для проведення дискусії та залучення звичайних громадян, які об'єднуються певною метою. Особливістю громадських медіа є те, що вони не залежать від комерційних тенденцій та популярних тем для обговорення.

Функціонують ЗМІ у конкретних політичних умовах, що і визначає обставини та специфіку взаємовпливу медіа та політичних заходів. Пересічні громадяни сприймають ЗМІ як джерело інформації, з якого вони черпають новини політичного життя, дізнаються про аналіз поточних подій як журналістами, так і політиками. То ж ЗМІ, а безпосередньо друковані, можна називати трибуною, з якої висловлюють свої погляди, оцінюють політичні події всі, хто має бажання.

Мета нашого дослідження — проаналізувати подачу інформації про політичні події в країні за січень-березень 2016 року в суспільно-політичній газеті «Слово». За вказаний період вийшло 11 номерів

газети, в яких політичній тематиці присвячено 12 матеріалів одного і того ж автора. Олесь Супранович у своїх матеріалах аналізує всі найактуальніші події, пов'язані з політичною ситуацією в Україні. Цікавим є той факт, що на сторінках газети автор, подаючи інформацію про Президента України, називає його — Петро Порошенко або Петро Олексійович, а коли в статті аналізується робота Прем'єр-міністра — просто Яценюк. Автор скептично ставиться до влади, критикуючи і нібито викриваючи її дії. Майже кожен герой статті має якісь приховані плани, які журналіст висвітлює на сторінках газети. Тобто, мова йде про застосування такого маніпулятивного прийому як приписування опонентам прихованих цілей. Робота влади завжди постає в негативному світлі: *«как мы уже не раз убеждались, оценки нашего правительства существенно расходятся с реальями»* (№ 2 14.01.2016 *«Удушующие обьятия старушки-Европы»*); *«Ответные санкции Киева выглядят не более чем укусы себя за локоть»* (№ 2 14.01.2016 *«Удушующие обьятия старушки-Европы»*); *«Весьма щекотливым для Президента оказался вопрос о деолигархизации страны. Сам Порошенко, судя по всему, к олигархам себя не относит»* (№ 3 21.01.2016 *«Взгляд за горизонт или чем сердце успокоится»*); *«Устроившие для себя непредусмотренные результаты ВР каникулы, народные депутаты на днях возвратились из теплых краев»* (№ 4 28.01.16 *«Кто и как подменил документы перед передачей их на подпись Президенту»*); *«И уже в который раз ВР приняла правила игры, навязанные Яценюком и его правительством»* (№ 4 28.01.16 *«Кто и как подменил документы перед передачей их на подпись Президенту»*); *«Понятно, что Яценюк изо все сил пытается усидеть в своем кресле и поэтому предложил депутатским фракциям подавать кандидатуры»* (№ 6 11.02.2016 *«Коалицию трясет, министры спровоцировали политический кризис в стране»*); *«Ведь реальных дел как не было — так и нет, ни один коррупционер так и не посажен»* (№ 7 18.02.2016 *«Международные кредиторы сменили политику. Займы теперь только в обмен на реформы»*); *«Тактика их понятна — не удалось сдвинуть Кабмин мытьем, так они решили сделать это катаньем, а именно путем развала коалиции»* (№ 8 25.02.2016 *«Кабмин зашатался, но устоял»*); *«Это было похоже на хорошо срежиссированный спектакль»* (№ 8 25.02.2016 *«Кабмин зашатался, но устоял»*); *«Но у наших очильников даже когда хата горит, на первом плане все те же денежные потоки»* (№ 8 25.02.2016 *«Кабмин зашатался, но устоял»*).

Також автор часто робить заяви, не посилаючись на джерело: *«Поговаривают, что Премьер будет отставлен»* (№ 12 24.03.2016 *«Нардеповский пасьянс: кресел на всех не хватит»*); *«К тому же, говорят, что против ухода Шокина довольно активно выступает его команда»* (№ 12 24.03.2016 *«Нардеповский пасьянс: кресел на всех не хватит»*); *«Думается, Европу надо строить у себя, а не заглядывать за соседские заборы»* (№ 2 14.01.2016 *«Удушующие обьятия старушки-Европы»*).

Проаналізувавши вищевказані номери газети «Слово», приходимо до висновку, що автор, характеризуючи владні структури, часто застосовує маніпулятивний прийом — приписування опонентам прихованих цілей, а також часто робить заяви, не посилаючись на джерело інформації.

Список використаних джерел

1. «Слово» № 2 14.01.2016 «Удушающие объятия старушки-Европы».
2. «Слово» № 3 21.01.2016 «Взгляд за горизонт или чем сердце успокоится».
3. «Слово» № 4 28.01.16 «Кто и как подменил документы перед передачей их на подпись Президенту».
4. «Слово» № 6 11.02.2016 «Коалицию трясет, министры спровоцировали политический кризис в стране».
5. «Слово» № 8 25.02.2016 «Кабмин запатался, но устоял».
6. «Слово» № 12 24.03.2016 «Нардеповский пасьянс: кресел на всех не хватит».

ТИМЧЕНКО І. С.

Національний університет «Одеська юридична академія»,
асистент кафедри журналістики

СКЛАДОВІ КРИМІНАЛІСТИЧНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ УМИСНОГО ВИПУСКУ НА РИНОК УКРАЇНИ НЕБЕЗПЕЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ (СТ. 227 КК УКРАЇНИ)

Умисний випуск на ринок України небезпечної продукції є одним із видів злочинів, що вчиняються у сфері господарської діяльності. Поступово вони набувають у нашій державі значного поширення та загрожують як її економіці, так і здоров'ю населення. Оскільки завданням держави є забезпечення постійного покращення якості життя населення, в тому числі через постачання якісної, безпечної продукції, протидію таким видам злочинів можна назвати складовою його виконання.

У сучасній криміналістичній літературі криміналістична характеристика умисного випуску на ринок України небезпечної продукції розроблена недостатньо, методики розслідування умисного випуску на ринок України небезпечної продукції не створено. Тому визначення на науково-теоретичному рівні елементного складу зазначеного виду злочину сприятиме розробці прикладної криміналістичної характеристики, що допоможе практичним працівникам, що відповідно до КПК України здійснюють досудове розслідування.

У загальному під «характеристикою» розуміють опис, визначення істотних, характерних особливостей, ознак кого-, чого-небудь [3, с. 1556].