

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

Козир Юлія Анатоліївна

УДК 007 : 304 : 659.3

**СОЦІОКУЛЬТУРНІ СМИСЛИ
КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ МОДЕЛІ УКРАЇНА-РОСІЯ
В МАСМЕДІЙНОМУ КОНТЕНТІ**

Спеціальність 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата наук із соціальних комунікацій

Дніпропетровськ – 2015

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі журналістики та філології Сумського державного університету.

Науковий керівник: доктор філологічних наук, професор
Ткаченко Олена Григорівна,
Сумський державний університет,
завідувач кафедри журналістики та філології.

Офіційні опоненти: доктор наук із соціальних комунікацій
Шевченко Вікторія Едуардівна,
Інститут журналістики Київського національного
університету імені Тараса Шевченка,
доцент кафедри електронних видань і
медіадизайну;

кандидат наук із соціальних комунікацій
Синоруб Галина Петрівна,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка,
викладач кафедри журналістики.

Захист відбудеться «__» грудня 2015 року о __.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 08.051.19 Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара за адресою: 49027, м. Дніпропетровськ, пл. Шевченка, 1, Палац культури студентів.

Із дисертацією можна ознайомитися в Науковій бібліотеці Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара за адресою: 49050, м. Дніпропетровськ, вул. Казакова, 8.

Автореферат розіслано «__» _____ 2015 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради,
кандидат філологічних наук, доцент



І. М. Сухенко

Підписано до друку __. __. 2015 р.
Формат 60х90/16. Ум. друк. арк. 0,9. Обл.-вид. арк. 1,0. Тираж 100 прим. Зам. № ____.

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12. 2007 р.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Міждержавні відносини у висвітленні ЗМІ – одна з найважливіших проблем у соціальних комунікаціях, оскільки від медійних інтерпретацій взаємин між державами багато в чому залежить бачення тим чи іншим суспільством свого місця у світі, місця інших держав і суспільств, а також їх мирне чи, навпаки, конфліктне співіснування.

Сьогодні на прикладі українсько-російського протистояння можемо спостерігати, наскільки сильно впливає специфіка висвітлення міждержавних відносин в українських і російських медіа на уявлення українців та росіян про ситуацію та ставлення до неї, відтак і на перебіг конфлікту. Цей приклад виразно засвідчує потужні можливості ЗМІ як у єднанні суспільства задля захисту державних інтересів, так і в його дезорганізації.

Спосіб осмислення дійсності в мас-медіа науковець Дж. Кері порівнював з картою, відповідно до якої аудиторії пропонується орієнтуватися у світі, приймати рішення й діяти. Зрозуміло, що кожне видання може пропонувати власні «карти», відмінні бачення однієї й тієї ж події, ситуації, проблеми, особи чи іншого об'єкту світу. Гіпотеза ж нашого дослідження полягає в тому, що водночас різні видання в межах одного соціокультурного середовища мають і щось спільне у своїх баченнях та оцінках. Саме ця спільна складова є найбільш повторюваною й становить своєрідний шаблон, стереотипну модель осмислення, що подається суспільству.

Журналістика тоталітарного типу, що існувала на теренах сучасних України й РФ, проявляла такі моделі виразно: оскільки плюралізм думок не допускався, кожна публікація вибудовувалася з точки зору єдиної державної ідеології. Сьогодні ж, коли українська журналістика набула ознак ліберальної, а російська, в основному, тяжіє до авторитарної з невеликою часткою ЗМІ ліберального спрямування, зіставлення контенту українських і російських медіа набуває вагомості й надає можливість визначити концептуальні засади цих «двох світів», які стихійно чи цілеспрямовано тиражуються в українських і російських медіа.

Дисертаційне дослідження продиктоване необхідністю комплексного вивчення соціокультурних смислів концептуальної моделі Україна-Росія.

Теоретико-методологічним підґрунтям роботи стали дослідження, присвячені теоретичним питанням смислового наповнення мас-медіа, авторства Е. Бьорд, Г. Ганса, А.-Ж. Греймаса, Р. Дардена, С. Демченка, В. Іванова, Дж. Кері, М. Комана, Н. Костенко, Е. Лоува, Дж. Л'юла, Р. Мертона, М. Петерсона, Б. Потятиника, Г. Почепцова, В. Різуна, В. Стьопіна, В. Фішера, Х. Фултон, С. Хола, Б. Целіцер та інших.

Теоретичні та практичні аспекти висвітлення однієї й тієї самої події в медіа різних країн розглядалися в працях Дж. Бейлі, Т. Ван Дейка, Дж. Віланілама, Р. Коусеманса. Над питаннями висвітлення міжнародних відносин у ЗМІ, зокрема на прикладі окремих держав, працювали Е. Ле, П. Олькерс, Дж. Серваес, С. Раманатан, П. Твардзіш.

Попри значущість проблеми висвітлення українсько-російських відносин у ЗМІ України та Росії, питання виявилось недостатньо дослідженим. Зокрема висвітлення українсько-російських відносин в українських чи російських медіа розглядалося в

працях В. Бабенка, І. Браги, Л. Василик, О. Грушко, О. Іванова, І. Філенко, О. Шевцова. Щодо порівняння українських та російських видань у питанні висвітлення відносин України та Росії, то проблема залишається малодослідженою.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження пов'язане з комплексною програмою науково-дослідних робіт Сумського державного університету, зокрема науковим напрямом досліджень кафедри журналістики та філології у межах теми № 0110U0040016 «Репрезентація регіональної масової комунікації: історико-теоретичний, тематико-типологічний, жанровий та філологічний аспекти».

Мета дослідження – визначити соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія, представлені в контенті українських та російських видань.

Реалізація мети передбачає виконання таких **завдань**:

- з'ясувати стан вивчення досліджуваної проблеми;
- обґрунтувати вживання понять соціокультурний смисл і концепт;
- запропонувати стратегію дослідження соціокультурних смислів концептуальної моделі Україна-Росія в текстах друкованих видань;
- обґрунтувати використання актантної моделі А.-Ж. Греймаса для дослідження медійного контенту;
- визначити тематику контенту, присвяченого відносинам України та Росії у пресі кожної з цих країн;
- запропонувати медійну тематичну парадигму актантних моделей і співвіднести соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія в українських і російських виданнях.

Об'єктом дослідження став контент газет України та Росії про українсько-російські відносини.

Предмет дослідження – соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія в мас-медіа.

Джерельна база дисертації представлена публікаціями чотирьох газет України: «День», «Дзеркало тижня», «Україна молода», «Урядовий кур'єр», – і чотирьох Російської Федерації: «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Новая газета», «Российская газета».

Хронологічні межі дослідження – повний 2013 рік. Упродовж нього – створена основа для майбутнього інформаційного протистояння, спостерігалася значна кількість знакових подій у різних сферах українсько-російських відносин, при цьому приватні медіа Росії ще не були залучені до державної пропаганди так активно, як у наступні роки з розгортанням українсько-російського конфлікту (виняток становить опозиційна «Новая газета», яка не змінила свого ідейного спрямування). Аналіз суцільної вибірки газетних матеріалів упродовж року сприяв поглибленому опрацюванню публікацій та синхронному спрямуванню дослідження.

Методи дослідження. Дисертаційне дослідження проводилося з використанням таких загальнонаукових методів, як аналіз і синтез, класифікація, узагальнення, порівняння й описовий метод.

Метод порівняння став наскрізним в емпіричній частині нашого дослідження: застосовувався при вивченні як тематичного аспекту, так і наративного.

Класифікація та описовий метод дозволили охарактеризувати тематичне наповнення видань. У поєднанні з аналітичним методом класифікація використовувалася для розподілу публікацій вибірки за категоріями «повністю», «частково» про українсько-російські відносини, «лише про Україну» в російських ЗМІ та «лише про Росію» в українських (тут і далі під «українськими» та «російськими» медіа маються на увазі видання, що виходять в Україні та Російській Федерації відповідно).

Методи синтезу та узагальнення дозволили сформулювати висновки на основі зібраного й описаного матеріалу.

Зі спеціальних методів застосовувався контент-аналіз при формуванні й упорядкуванні вибірки публікацій про українсько-російські відносини, а також актантне моделювання з метою виявити й схематично представити соціокультурні смисли в досліджуваних виданнях.

Наукова новизна дослідження в тому, що нами *вперше*:

- сформовано й узагальнено джерельну базу щодо проблеми висвітлення українсько-російських відносин в українських та російських медіа;
- сформульовано визначення поняття соціокультурного смислу з точки зору соціальних комунікацій;
- запропоновано двоступеневу методику зіставлення інтерпретацій міждержавних відносин у медіа;
- обґрунтовано використання актантної моделі А.-Ж. Греймаса як інструмента вивчення контенту ЗМІ про міждержавні відносини;
- здійснено порівняльний аналіз тематики висвітлення українсько-російських відносин у провідних українських і російських друкованих виданнях (1444 і 596 публікацій відповідно), а також з'ясовано тематичну складову висвітлення України в російських медіа та Росії в українських (316 і 375 публікацій відповідно);
- простежено відносини між Україною та Росією як між дійовими особами газетних наративів;
- з'ясовано соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія в українських та російських виданнях;
- доведено, що загальнодержавні ЗМІ, які перебувають у власності різних суб'єктів й дотримуються різних редакційних політик, але розраховані на представників одного суспільства, можуть висвітлювати міждержавні взаємини відповідно до спільної актантної моделі;

уточнено:

- особливості застосування актантної моделі А.-Ж. Греймаса для аналізу мас-медійних текстів, а саме в аспекті її використання щодо публікацій про міждержавні відносини.

Практичне значення дослідження. Отримані результати можна використовувати при розробці та коригуванні як державної інформаційної стратегії, так і стратегії окремих видань при висвітленні українсько-російських відносин. Методологічний підхід, запропонований у роботі, та результати емпіричного дослідження можуть вважатися ключем до розуміння соціокультурних смислів, на які спираються експерти при оцінюванні українсько-російських відносин.

Отримані дані можуть бути використані як ілюстративний матеріал у процесі вивчення дисциплін «Проблематика ЗМІ», «Міжнародна журналістика», «Масова комунікація та інформація», «Теорія масової комунікації», «Теорія і методика журналістської творчості» та інших.

Особистий внесок здобувача полягає у висуненні, обґрунтуванні досліджуваної проблеми та підходів до її вивчення, збиранні, а також у систематизації й аналізі теоретичного та практичного матеріалу дослідження. Дисертація, автореферат, опубліковані статті й тези конференцій, у яких викладені основні положення наукової роботи, виконані здобувачем самостійно.

Апробація результатів дослідження. Дисертація обговорювалася на розширеному засіданні кафедри журналістики та філології Сумського державного університету за участі представників деяких українських університетів. Основні положення дисертації були представлені на міжнародних та всеукраїнських конференціях: IX Всеукраїнській науково-практичній конференції «Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми» (5–6 червня 2013 року, м. Суми); II Міжнародній Інтернет-конференції «Медіакартини світу: структура, семіотика, канали трансляції (15 травня–15 червня 2013 року, м. Бердянськ); IV Міжнародному симпозіумі «Світ соціальних комунікацій» (4–5 квітня 2014 року, м. Київ); Всеукраїнській науковій конференції студентів, аспірантів та викладачів «Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства» (м. Суми, 19 квітня 2014 року, м. Суми); V Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців «Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи» (16–17 травня 2014 року, м. Луцьк); Міжнародній науковій конференції «Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (16–17 жовтня 2014 року, м. Ужгород); XI Всеукраїнській науково-практичній конференції «Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми» (10–11 червня 2015 року, м. Суми).

Публікації. Результати дослідження відображені в 10 наукових публікаціях: 4 – у фахових виданнях, 2 – у зарубіжних, 4 – в інших.

Структура дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури і додатків. Повний обсяг дисертації – 279 сторінок, із них 172 сторінки основного тексту, 18 сторінок списку використаних джерел (156 позицій) і 87 сторінок додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, визначено мету й завдання дисертації, її об'єкт і предмет, наведено використані методи досліджень, визначено наукову новизну та практичне значення одержаних результатів і запропонованих висновків, розкрито особистий внесок здобувача, поінформовано про апробацію наукових досліджень на конференціях, наведено відомості про опубліковані праці.

У *першому розділі* – «Історіографія і методологія дослідження» – здійснюється огляд праць, у яких аналізувалося висвітлення України, Росії та українсько-російських відносин у ЗМІ; дається визначення поняття «соціокультурні

сенси»; обґрунтовується відображення соціокультурних смислів у наративній площині медійних текстів; описується стратегія дослідження.

У підрозділі 1.1. *«Історія вивчення проблеми»* здійснюється огляд наукових праць, присвячених висвітленню відносин між державами у мас-медіа. Найактивніше досліджується роль ЗМІ в міжнародних конфліктах (Е. Ле, П. Олькерс), поліпшення зв'язків між державами за допомогою медіа, інформаційного впливу передових країн на країни третього світу (Т. Ван Дейк, Р. Коусеманс), впливу ідеології на підбір новин про міжнародні відносини (Дж. Бейлі, Дж. Віланіам) тощо.

Українсько-російські відносини у висвітленні ЗМІ – малодосліджена проблема, що порушувалася, зокрема, у працях Л. Василик, О. Грушко, І. Філенко, О. Шевцова. Порівнювали українські та російські видання в цьому аспекті О. Іванов і частково В. Бабенко. Побіжно українсько-російські відносини розглядаються в дослідженнях, присвячених концепту, образу, іміджу, темі України в російських медіа та медіа західних країн (Н. Барбара, І. Завгородня, О. Леонов, М. Пименова, О. Бутирський, С. Ільчук, Т. Мудраченко), водночас у працях щодо концепту, образу, іміджу чи теми Росії в ЗМІ інших країн більшість науковців українсько-російські відносини оминають (Л. Бондарева, О. Миронова, О. Новікова, О. Орлова, М. Ступницька, З. Ужегова). Огляд наукових праць показав, що концепти Україна й Росія вивчалися на матеріалі медіа обох країн активно, проте висвітлення українсько-російських відносин у зіставному аспекті майже не досліджувалося. Водночас саме ЗМІ як важливий чинник формування громадської думки мають знаний вплив не лише на перебіг міжнародних відносин, а й на пам'ять про них у суспільстві та, відповідно, й на висновки, які суспільство робитиме з них на майбутнє. Отже, і в теперішній неоголошеній війні за участю України та Росії роль медіа фундаментальна: ще до розгортання конфлікту вони підготували в суспільній свідомості ґрунт для (не)сприйняття тих чи інших дій влади як у внутрішньому житті кожної з країн, так і сфері міжнародних відносин.

У підрозділі 1.2. *«Соціокультурні смисли концепту в ЗМІ: походження, особливості й функції»* конкретизуються вживані у роботі терміни «смысл» і «концепт», пропонується визначення соціокультурного смислу.

Зазначені поняття трактуються по-різному в залежності від галузі знань, у контексті якої вживаються (філософії, психології, лінгвістики, низки міждисциплінарних напрямів). Однак і в руслі кожної з них терміни смислу й концепту не набули стійких визначень, тому зроблені лише поодинокі спроби охарактеризувати різницю між цими поняттями.

У представленій роботі концепт розглядається як єдність уявлень про об'єкт, смисли – як уявлення про окремі сторони цього об'єкта, актуалізовані в конкретних висловлюваннях про цей об'єкт. Співвідношення понять смислу і концепту розуміється, за Л. Грузбергом, так: внутрішній зміст концепту є сукупністю смислів.

Одні смисли в складі концепту є індивідуально-особистісними (неповторні інтерпретації об'єкта людиною), інші – соціокультурними, спільними для представників певного суспільства. Соціокультурні смисли можна визначити як уявлення про об'єкти світу (людей, предмети, явища, події), характерні для певного

суспільства у певний період і відтворювані в більшості створених у цей період висловлювань про об'єкт, зокрема й у текстах ЗМІ.

У журналістській діяльності звертання до соціокультурних смислів є необхідною умовою дієвості інформації – щоб мати вплив на громадську думку, важливо бути зрозумілим аудиторії. Неврахування культурного фону читачів може обернутися як звичайною втратою інтересу, так і непорозумінням та недовірою до окремого автора й видання в цілому.

Окремі науковці зазначають, що актуальна інформація про подію в контенті ЗМІ навіть менш важлива, ніж смислове «обрамлення», через яке в суспільстві знову й знову відтворюється його культурний спадок (Дж. Кері, Дж. Л'юл, А. Кавурі, К. Чадха, К. Джозеф). І чим масштабнішої проблеми торкаються ЗМІ, чим більш однастайні вони в її визначеннях і чим довше висвітлюють, тим більша ймовірність переконати суспільство і тим довше ці смисли зберігатимуться в його пам'яті.

У підрозділі 1.3. *«Медійний наратив як репрезентація соціокультурних смислів»* з'ясовується питання, яким чином соціокультурні смисли «вбудовуються» в медійний контент.

Передусім подія набуває смислу вже через сам факт її ігнорування чи висвітлення в ЗМІ. Формуючи порядок денний, медіа повідомляють суспільству, які теми є для нього важливими й вартими обговорення.

Глибше соціокультурні смисли розкриваються в наративних особливостях текстів. Наратив при цьому розуміється як конфігурація, упорядкування людиною зібраної інформації про світ чи окремий об'єкт у ньому. Наратив має початок і кінець, на відміну від недискретної реальності, а вичленування й упорядкування інформації здійснюється з певної точки зору, подія з необхідністю постає в змінній хронології. Крім того, смисловий аспект проявляється в наративі при відборі дійових осіб, через яких буде представлена подія, та в приписуванні їм певних функціональних та якісних характеристик, що з повідомлення в повідомлення формують інтерпретацію теми в заданих рамках. Таке бачення пронизує кожну публікацію з певної теми й передається як особливий спосіб, «граматика» розповіді, що лежить в наративній площині текстів ЗМІ.

Отже, у мас-медіа, як і в художній літературі, інтерпретації дійсності міфологізовані, різниця лише в тому, що журналістський текст покликаний функціонувати в суспільстві як правдивий, конкретний, а не уявний відбиток реальності.

Наратив – це завжди спрощення, примітивізація багатогранної реальності, проте водночас це й ефективний спосіб бодай на певному рівні осмислити її, сформувати прості ідеї, навколо яких легше об'єднати суспільство.

У підрозділі 1.4. *«Стратегія виявлення соціокультурних смислів у газетних публікаціях»* обґрунтовується вибір матеріалу дослідження, описуються основні етапи.

Методом контент-аналізу сформовано вибірку публікацій, у яких українсько-російські відносини висвітлені в різних сферах. До подальшого опрацювання залучалися лише матеріали повністю або частково присвячені взаєминам України і Росії (оскільки публікації з категорії «побіжно» характеризують українсько-

російські відносини невиразно), а також матеріали українських медіа про Росію та російських медіа про Україну.

Першим етапом здійснювався квантифікативний аналіз тем, у світлі яких представлені відносини двох країн. На основі отриманих кількісних даних складено рейтинги тем для українських та російськими ЗМІ. За допомогою описового методу було розкрито основні тематичні тенденції окремо за виданнями.

На другому етапі визначалися соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна–Росія на основі наративних особливостей журналістських публікацій, а саме на представленні України та Росії як дійових осіб. За основу при цьому брався запропонований П. Твардзішем поділ вживань назв країн: назви-середовища і назви-учасники.

Для зіставлення характеристик України та Росії як учасників подій, представлених в українських та російських газетах, інструментом дослідження слугувала актантна модель А.-Ж. Греймаса, яка дозволила структурувати науковий пошук, компактно представити й чітко простежити відмінність смислового наповнення публікацій, що порівнюються.

Під актантом розуміється особа, яка діє чи над якою виконується дія. А.-Ж. Греймас доводив, що будь-який наратив можна представити як систему з шести актантів: суб'єкта, або головного героя; об'єкта – предмета, особи чи іншої цінності (блага), на заволодіння яким спрямовані дії суб'єкта; відправника, або адресанта – особи, сили, обставини, що змушує героя вирушати на пошуки об'єкта й діяти в процесі пошуку за певними правилами; одержувача, або адресата, якому головний герой має передати знайдений об'єкт; помічника – сили, яка підтримує суб'єкта в процесі пошуку; опонента, або супротивника, який чинить перешкоди.

Актантна модель розроблялася передусім для художніх наративів, тому в медійному дискурсі застосовується з деякими заувагами. Такі моделі ми утворювали для кожного фрагменту публікації, де Україна і Росія виступали дійовими особами. Далі вся сукупність моделей об'єднувалася в загальні моделі, притаманні українським та російським виданням.

У другому розділі – **«Тематичні аспекти висвітлення українсько-російських відносин»** – з'ясовуються теми, які стали основними при висвітленні українсько-російських відносин в українських та російських ЗМІ, а також України в російських виданнях та Росії в українських.

У підрозділі 2.1. *«Українсько-російські відносини на сторінках українських видань»* розглядається тематика публікацій із категорій «повністю» та «частково» про українсько-російські відносини, наводяться тематичні рейтинги, складені на основі газет «День», «Дзеркало тижня», «Україна молода» та «Урядовий кур'єр» співвідносно з частотою звертання до досліджуваної проблеми.

Підсумковий рейтинг за чотирма виданнями показав, що найчастіше висвітлюваною стала тема України – МС, України – ЄС (30,5% від сукупності матеріалів із категорій «повністю» та «частково» про українсько-російські відносини). Істотними є також відсотки таких тем, як: питання газових поставок з Росії та створення газотранспортного консорціуму (15,5%); історія (14%); культура (8,75%); медіа, інформаційний вплив Росії на Україну, російська пропаганда (5%);

спорт (4,5%); торгівля (4,5%); співпраця у важкій промисловості (3,75%); українська та російська мови в Україні (3,75%); Євромайдан (3,5%) та інші.

Перелік цих позицій є «стрижнем» для характеристики тематики українсько-російських відносин. У аспекті теми історії розкривається бачення їхнього минулого, а в межах теми культури – творчість, яка пов'язує ці країни й тепер. Щодо газових відносин загальним є наголос на перешкодах, що не дають Україні розвиватися незалежно від Росії. У найбільш висвітлюваній темі «Україна – ЄС, Україна – МС» розкривається бачення майбутнього цих відносин. Для більш повного уявлення в рейтингах наведені й теми, що не набрали 1%, але повторюються хоча б у двох виданнях: інформаційний вплив РФ на Україну, співіснування української та російської мов в Україні, «рука Росії» в українській політиці, приниження російською стороною національної гідності українців, імперські амбіції Росії складають у сукупності важелі російського впливу, показують, як уявляють українці позицію РФ щодо України.

Українські ЗМІ надають великого значення культурно-історичним аспектам українсько-російських відносин, позитивно оцінюють культурний обмін, але засуджують нав'язування Україні російських духовних багатств та претендування Росії на українську духовну спадщину.

Журналістам та дописувачам українських видань властиве прагнення довести несхожість України на Росію при висвітленні історії, культури, суспільного життя. У публікаціях на історичні теми підкреслюється негативний досвід близьких міждержавних відносин України та Росії – особливо це стосується Російської імперії й радянської (зокрема сталінської) епохи. Крім того, автори видань намагаються відновити історичну справедливість щодо видатних діячів російської культури, які були українцями за походженням.

Росія представлена як недружня країна, небезпечна для життя українців від самого перетину кордону.

Співпраця між країнами згадується в усіх виданнях, але нечасто, і оцінюється як конфліктна або потенційно конфліктна. Допомога від РФ вважається винятково корисливою й загрозливою для національних інтересів України.

У підрозділі 2.2. «Українсько-російські відносини на сторінках російських видань» описується тематика та складаються рейтинги тем публікацій про українсько-російські відносини окремо для кожного з російських видань – «Московского комсомольца», «Независимой газеты», «Новой газеты», «Российской газеты».

У результаті дослідження тематики російських видань виявлено, що найбільш висвітлюваною в усіх газетах виявилася тема Україна – МС, Україна – ЄС (40,5%). Однак далі пріоритетність тематики висвітлення українсько-російських відносин в російських виданнях суттєво відрізняється від українських.

Посилений інтерес спостерігався до теми Євромайдану в Україні (11,25%) як продовження теми Україна – МС, Україна – ЄС. Водночас сама акція представлена по-різному в провладних і опозиційних виданнях: у перших – як спосіб опозиції повалити чинну владу й перебрати повноваження на себе, а в других – як відстоювання громадянським суспільством кращого майбутнього для своєї країни.

Неочікувано активно висвітлювалася тема спорту (11%), причому не лише в «Московском комсомольце», якому притаманні елементи розважальності, а й у державному виданні «Российская газета», де тема вийшла на друге місце.

Порівняно з українськими в російських медіа менша кількість публікацій на теми історії (3% проти 14% в українських газетах) та культури (5,75% проти 8,75%). Причому в абсолютній більшості випадків ідеться про історію СРСР та українських популярних співаків у Росії відповідно.

Для російських видань менш актуальними, ніж для українських, були питання поставок газу та створення газотранспортного консорціуму – 9,75%. Натомість важливішою стала тема торговельних відносин (8%).

Відносно висока частота характерна також для тем культури, зокрема шоу-бізнесу (5,75%); кордону (3,5%); історії (3%); медіа та пропаганди (3%); релігії та церкви (2,25%).

Значна увага приділялася кримськотатарському народу в історичному, релігійному, політичному аспектах.

Серед російських газет не спостерігається єдності у висвітленні тем. Зокрема значні розбіжності наявні між урядовою «Российской газетой» та опозиційною «Новой газетой». «Независимая газета» протягом року за всіма досліджуваними темами була ідейно ближчою до «Российской газеты». «Московский комсомолец» до розгортання Євромайдану в цілому поділяв ідеї опозиційного видання, однак з початку грудня на його шпальтах почали з'являтися трактування подій, характерні для державної пропаганди, яка в той період почала провадитися особливо активно.

Серед тем, яких торкалися російські видання і яких не порушували українські – західноукраїнський націоналізм, спрямований проти Росії, Україна як прихисток політичних біженців та злочинців з Росії, українці як нелегальні трудові мігранти в РФ, кримінал.

У підрозділі 2.3. «Росія в українських ЗМІ» стверджується, що українські видання представляють Росію з її внутрішніми проблемами (безвідносно до України) доволі стримано. Серед сукупності відібраних для дослідження публікацій, частка матеріалів із категорії «лише про Росію» складає в середньому 16% (округлено до цілих): «Україна молода» – 31%, «День» – 21%, «Дзеркало тижня» – 11%, «Урядовий кур'єр» – 2%.

Видання «Україна молода» і «День» зосередили увагу на міжнародних справах Росії та її внутрішньому житті з точки зору негативів, яких завдає країні влада. До того ж, у «Дні» РФ постає як держава, що рухається до занепаду й не здатна – за теперішньої влади з її всеохопною пропагандою та байдужості в суспільстві – розвиватися в демократичному напрямі.

У газеті «Дзеркало тижня» життя в Росії пов'язується з низкою соціально-економічних проблем, породжених жорстким, соціально несправедливим режимом у країні, для якого характерні відмивання грошей у ході державних закупівель, корупція, соціальна невдоволеність, переслідування активних інакодумців. Виразно простежується тенденція «Дзеркала тижня» показувати російське суспільство як здатне відстояти свої права, активне в боротьбі зі злочинами влади і здатне привести до влади гідних людей. Кілька публікацій відповідної категорії в «Урядовому кур'єрі» зачіпають лише нейтральні теми.

Загалом українські видання по-різному акцентують увагу на тих чи інших сторонах життя сусідньої країни, але єдині в тому, що найчастіше висвітлюють Росію як активного і впливового учасника міжнародних відносин, який, проте, схильний до самоізоляції, через що не має шансів стати одним зі світових лідерів.

Росія представлена в українських ЗМІ як країна з усебічно розвиненою культурою: значна увага приділена різноманітним видам мистецтва (опері, балету, театру, літературі, кіно).

Водночас РФ зображена як держава з де-факто авторитарною владою і слабкою опозицією, національно й класово роз'єднаним суспільством, країна з невірними медіа, утисками прав і свобод громадян, сильною державною ідеологією, яка, крім ЗМІ, проникає і в літературу, мистецтво та кіно.

Росія також представлена в українських ЗМІ як небезпечне місце для життя, де існує соціальна напруга, тероризм, постійно трапляються аварії та природні катаклізми.

У підрозділі 2.4. «Україна в російських ЗМІ» розглядається тематика публікацій із категорії «лише про Україну», відсоток яких серед відібраної сукупності матеріалів у середньому становить 35% (округлено до цілих): «Московский комсомолец» – 36%, «Независимая газета» – 34%, «Новая газета» – 35%, «Российская газета» – 34%.

Тематика висвітлення України в газеті «Московский комсомолец» переважно суспільно-політична: найбільше цікавлять відносини між владою та суспільством і досвід боротьби за свої права українських громадян. «Независимая газета» виявила найбільший інтерес до політики України – як міжнародної, так і внутрішньої, до здатності чинної влади застосовувати жорсткі методи управління країною та реакції на них суспільства. Україна тут показана як слабка держава, де існує соціальна напруга, невдоволення владою, відцентрові тенденції. «Новая газета» зосереджується на висвітленні української влади як непрофесійної, неорганізованої, але схильної провадити жорстку політику щодо своїх громадян, порушувати їхні права та свободи. Вона прагне політико-економічного єднання України з Євросоюзом, але виявляється неспроможною керувати країною за допомогою демократичних методів. Так само «Российская газета» представляє Україну як державу зі слабкою владою, нездатною навести лад навіть у своїх лавах, а тим паче, у збуреному опозицією суспільстві, що має значний спортивний (фізичний) потенціал, але не здатне створювати варті уваги культурні цінності.

У результаті розгляду публікацій категорії «лише про Україну» в російських ЗМІ можна зробити висновок, що видання РФ більш схильні інформувати про Україну відсторонено, ніж українські газети про Росію (середні показники складають відповідно 35% і 16%), і представляють більшу різноманітність тем у матеріалах цієї категорії (у середньому 14, тоді як в українських – 8).

Основним аспектом висвітлення України стала неспроможність української влади керувати країною, зокрема, із застосуванням демократичних методів. Відкрито не пов'язуючи цю тему з Росією, видання опосередковано підкреслюють, що, на противагу сусідній країні, в російській владі президент забезпечує порядок.

Ідеться також про обмеженість зв'язків України з іншими державами та відсутність у неї реальної підтримки з боку Євросоюзу. Якщо в українських ЗМІ

Росія показана у відносинах із багатьма державами, то Україна в російських представлена в основному лише в контактах із ЄС.

З тематики матеріалів випливає, що найбільш вартою уваги сферою сучасної української культури є поп-музика, а серед видів спорту – бокс і футбол.

У публікаціях російських ЗМІ йдеться про те, що в Україні порушується свобода слова, чиняться фізичні розправи над журналістами, а медіа не дотримуються професійних стандартів. Ідеться при цьому або про старі резонансні справи (Г. Гонгадзе), або про події часів Євромайдану (Т. Чорновол), водночас майже не згадується діяльність українських ЗМІ та журналістів поза фактами утисків.

Україна в російських ЗМІ (як і Росія в українських) постає небезпечною для життя країною через аварії, тероризм, кримінал, у якому замішані й правоохоронні органи.

У третьому розділі – **«Соціокультурні смислові особливості наративів про українсько-російські відносини в ЗМІ України та Росії»** – подаються результати поглибленого аналізу публікацій із чотирьох основних тем, який здійснювався із застосуванням актантної моделі А.-Ж. Греймаса. Запропоновано та розглянуто 77 проміжних і 4 підсумкові моделі.

У підрозділі 3.1. *«Актантне моделювання теми України – ЄС, України – МС»* аналізуються актантні моделі, сформовані на основі публікацій кожного з українських та російських видань у межах теми Україна – ЄС, Україна – МС. Доводиться, що тема по-різному трактується в українських і російських виданнях.

Українські видання проявили більшу єдність у висвітленні зазначеної теми. Тут простежується чітка підрядність україно- та росієцентричних моделей. Для головного героя України Росія – це найчастіше опонент, тому росієцентричні моделі розкривають мотиви, прагнення, засоби досягнення мети опонента. З точки зору головного героя, тобто Росії, Україна – об'єкт прагнень, який опирається головному героєві, тому україноцентричні моделі розкривають бажання об'єкта й частково супротивника Росії. При цьому Україна бачить внутрішнього опонента – власну пасивність, залежність від Росії, із якими треба боротися.

У російських же виданнях спільних рис менше, оскільки версії подій в державних, опозиційних та частково опозиційних ЗМІ переважно завжди відрізняються. Тут простежується розмежування прагнень України та української влади і, відповідно, адресатів.

Україна постає щодо Росії як об'єкт прагнень, опонент і – в деяких виданнях – як адресант мимохіть і як адресат. Так само Росія є і серед об'єктів (точніше – співпраця з нею, преференції від неї), і серед адресантів та опонентів.

В українських ЗМІ об'єкт України – власне відродження в новій якості, а саме демократичної держави, у якій поважають права людини, водночас об'єкт Росії – відродження себе як імперії, що зачіпає й інтереси інших держав.

У російських ЗМІ об'єкт України – асоціація з ЄС, вільна торгівля в обох напрямках, соціальне забезпечення, тобто економічні, правові досягнення. Що ж до Росії як об'єкта, то тут підкреслюється прагнення вбезпечити себе від наслідків можливих дій України – захистити ринки й національні інтереси в цілому.

Основний конфлікт, який відтворюють російські ЗМІ, – це конфлікт між намірами й дійсністю: Україна, прагнучи євроінтеграції й збереження дружніх

стосунків із РФ, провокує Росію, пробуджує в ній опонента, стає адресантом Росії – тобто силою, що спонукає до дії. Сама ж Росія, бажаючи перешкодити євроінтеграції України, мимоволі стає її помічником.

У підрозділі 3.2. *«Актантне моделювання теми відносин України й Росії у сфері енергетики»* виводяться узагальнені актантні моделі для кожного з досліджуваних видань, а також підсумкові моделі окремо для українських та російських ЗМІ.

Підсумкові моделі цього рівня показали, що видання обох країн показують проблему за участі не двох суб'єктів господарювання – компаній «Нафтогаз» та «Газпром», а України та «Газпрому» / російської влади. Однак в українських виданнях акцент робиться на первинності політичних інтересів російської влади, а в російських – на первинності економічних інтересів «Газпрому».

Українські ЗМІ наголошують на прагненні російської влади взяти Україну під контроль, ввівши в Євразійське інтеграційне об'єднання, а газовий конфлікт – лише засіб тиску, саме цей тиск і усвідомлення намірів Росії змушують Україну шукати шляхів до енергетичної незалежності (Росія відправник і супротивник).

Російські газети бачать конфлікт у прагненні кожної зі сторін отримати максимальну економічну вигоду від співпраці й водночас небажання поступатися, йти на компроміс.

Таким чином, основний конфлікт в українських виданнях – з одного боку, боротьба Росії за розширення свого впливу, з іншого – боротьба України за свою незалежність. А в російських – конфлікт торговельно-економічних інтересів України та «Газпрому».

У підрозділі 3.3. *«Актантне моделювання теми торгівлі»* формуються та аналізуються актантні моделі, характерні для українських та російських видань при висвітленні торгових відносин.

Прагнення України-суб'єкта у виданнях обох країн розцінюється приблизно однаково: асоціація з ЄС і одночасно співпраця з Росією та Митним союзом. Бажання ж Росії-суб'єкта визначаються по-різному. Автори в українських ЗМІ наполягають на пошуку Росією шляхів контролю над Україною, її соціально-економічним станом. Російські ж видання акцентують на прагненні Росії співпрацювати з Україною, а торговельні санкції вважають способом забезпечення такої співпраці, недопущення України до асоційованого членства в ЄС.

Для російських ЗМІ характерне висвітлення у ролі адресата не лише самої Росії чи її суспільства (споживачів), а й інших країн Митного союзу та України в разі її членства в МС. Саме заради спільної економічної вигоди, а не лише збереження власних ринків, Росія здобуває свій об'єкт, Україна ж має на меті лише власну економічну незалежність.

У підрозділі 3.4. *«Актантне моделювання теми Євромайдану»* досліджуються актантні моделі, побудовані на основі публікацій українських та російських видань в аспекті теми Євромайдану.

ЗМІ обох соціокультурних середовищ вказали, що Україну як головного героя представляють два актори – Євромайдан як суспільний рух та чинна українська влада, що протистоять одне одному. Росію ж поставили на місце спільника (помічника) української влади й супротивника Євромайдану. Водночас українські та російські видання по-різному визначили мотиви самої Росії, її об'єкт пошуку.

Українські видання сходяться на тому, що інтереси Росії сконцентровані на підкоренні України, а українське суспільство цьому протидіє (постає супротивником). Як суб'єкт Україна в цілому й українці зокрема прагнуть справедливої, чесної, підконтрольної народу влади. Російські ж газети зосереджують увагу на стійкості чинного режиму в самій Росії. Підтримка російським президентом українського керівництва, грошова допомога «народу України» і заявлене дистанціювання РФ від політичної кризи в Україні розцінюється не як спроба підкорити Україну, а як нейтралізація в зародку аналогічних буремних настроїв у Росії. Допомагаючи Україні, влада Росії в першу чергу хоче допомогти собі.

Таким чином, в українських ЗМІ співвідношення суб'єкт–об'єкт представляють російська влада й Україна відповідно, а в російських – Росія й російська влада.

Ці моделі не суперечать одна одній, але дають змогу побачити різні смислові наголоси в переповіданні подій українськими та російськими виданнями своїм аудиторіям.

ВИСНОВКИ

1. Концептам Україна та Росія (окремо) на матеріалі ЗМІ присвячена значна кількість наукових праць, однак у більшості вони виконані з лінгвокультурологічної чи лінгвокогнітивної точок зору. Проблема ж інтерпретації відносин України й Росії українськими та російськими медіа в зіставному аспекті є недостатньо розробленою в науці про соціальні комунікації. Наше дослідження присвячене особливостям висвітлення українсько-російських відносин у медіа України та Російської Федерації. Цінним підґрунтям для вивчення обраної проблеми стали дослідження Л. Василик, О. Іванова, Л. Павлюк, у яких розглядалися окремі аспекти інтерпретацій українсько-російських взаємин у сфері масової комунікації.

2. Концепт і смисл – поняття неоднозначні, але взаємопов'язані. Під концептом розуміємо поняття про об'єкт, створене на основі власного досвіду, який враховує широкий спектр людських раціональних та ірраціональних проявів, а також ментальної оцінки, що ґрунтується на суспільній практиці. Концепт – узагальнене, цілісне уявлення про об'єкт. Сенси – це окремі уявлення, висновки про об'єкт, що актуалізуються в конкретних текстах. Соціокультурними називаємо сенси, які є спільними для публікацій ЗМІ, що поширюються в певний час у певному соціокультурному середовищі – у нашому випадку, українському та російському. Соціокультурні сенси концептуальної моделі Україна-Росія постають як відносно стійкі в певний період моделі висвітлення взаємин України та Росії, прийнятні для видань хоч і різного ідейного спрямування, але розрахованих на представників одного суспільства.

3. Соціокультурні сенси виявляють себе на різних рівнях медійної публікації, передусім у тому, введена подія (проблема) в порядок денний ЗМІ чи проігнорована. Таким чином читачам повідомляють, що варте їхньої уваги, а що ні, і, якщо варте, то якій темі приділити більше уваги.

Крім того, важливо, як саме буде представлена тема в медійному контенті. Щоб з'ясувати, ми звертаємося до наративної структури медійних публікацій як особливого способу впорядкування інформації. Наратив розуміємо як версію реальності (події, ситуації тощо), сконструйовану через специфічний відбір акторів, їхніх дій, часових і просторових обставин. На цьому етапі висвітлення відносин України та Росії вивчалось із застосуванням актантної моделі, запропонованої А.-Ж. Греймасом. Актантну модель можна визначити як взятий в аспекті функціональних характеристик дійових осіб і представлений схематично стислий зміст наративного рівня медійної публікації. Така модель є системою з шести актантів: суб'єкта (головного героя наративу); об'єкта його пошуків; помічника та опонента – сил, які, відповідно, допомагають / чинять перешкоди головному героєві в процесі пошуку об'єкта; адресанта (відправника) – сили, обставини, яка відсилає головного героя на пошуки об'єкта; адресата (одержувача), задля чи заради якого суб'єкт вирушає на пошуки об'єкта.

4. Актантна модель, яку ми беремо за основу, запропонована А.-Ж. Греймасом передусім для художніх наративів, де чітко простежується розгортання фабули, хоча автор доводив її відповідність будь-якому наративу. Однак не можна ігнорувати особливості медіа, зокрема скінченність окремих публікацій та потенційну нескінченність тем, «серійність» матеріалів, через яку актанти визначаються як для окремих матеріалів, так і для всього тематичного дискурсу видання. Було з'ясовано, що більшість публікацій ЗМІ еkleктичні, побудовані зі смислових уривків: крім «голосу» журналіста, тут є цитати учасників подій, експертів, кожен із яких розповідає про подію з різних ракурсів та новими або по-новому показаними деталями.

З огляду на фрагментарну, уривкову побудову, допускалася відсутність одного або кількох актантів у моделях, утворених для цих фрагментів.

Через зміну ракурсів наративу актантні моделі вибудовувалися і з точки зору України як головного героя, такі моделі ми умовно назвали україноцентричними, а з точки зору Росії – росієцентричними моделі.

На основі первинних моделей виводилися й аналізувалися підсумкові моделі за кожною темою кожного з видань (усього таких моделей отримали 61), далі – підсумкові моделі за кожною темою окремо в українських та російських виданнях (разом – 16). Найвищим рівнем узагальнення стали 4 актантні моделі українсько-російських відносин: україноцентрична та росієцентрична моделі для українських видань а також, відповідно, україноцентрична і росієцентрична для російських видань.

5. В аспекті тематики нами проаналізовано 1819 публікацій українських видань та 912 – російських. Така кількість матеріалів відібрана за результатами контент-аналізу цифрових архівів чотирьох українських та чотирьох російських видань за 2013 рік. Кількісні дані засвідчили, що українські газети вдвічі частіше порушують тему українсько-російських відносин, ніж російські.

Порівняння виявленої тематики в українських і російських ЗМІ показало, що в обох країнах у 2013 році найбільш висвітлюваною стала тема Україна – ЄС / Україна – МС (Митний союз), однак за наступними позиціями рейтинги мають відмінності.

В українських ЗМІ найбільш поширеними темами при висвітленні українсько-російських відносин стали: постачання російського газу в Україну та створення газотранспортного консорціуму з управління українською ГТС (тема газу); історія; культура; медіа та інформаційний вплив Росії на Україну; спорт; торгівля; співпраця у важкій промисловості; українська та російська мови в Україні; Євромайдан.

У російських виданнях найчастіше висвітлювалися теми Україна – ЄС / Україна – МС; Євромайдан; спорт; тема газу; торгівля; культура (шоу-бізнес); кордон; історія; медіа; пропаганда; релігія, церква.

Через специфіку у висвітленні окремих тем (таких як спорт, культура, історія та інші) до подальшого порівняльного аналізу було залучено лише чотири теми, які і в російських, і в українських ЗМІ ввійшли до найбільш висвітлюваних, а саме: Україна – ЄС / Україна – МС; відносини в газовій сфері; торгівля та Євромайдан.

6. Слід зазначити, що соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія, описані на основі актантної моделі А.-Ж. Греймаса, мають багато спільного, але водночас є й важливі розбіжності.

Зіставлення україноцентричних актантних моделей в українських та російських ЗМІ показало, що відношення «суб'єкт – об'єкт» у виданнях обох країн майже ідентичне: Україна і, зокрема, українці бажають для себе асоціації з ЄС, демократії, незалежності від Росії. Різниця лише в тому, що українські видання наголошують на прагненні України поєднувати євроінтеграцію зі співпрацею з Росією, російські ж видання підкреслюють, що українці прагнуть покарати винних у спробах розігнати Євромайдан.

Чітке відокремлення української влади як суб'єкта від українців як суб'єкта спостерігається у контенті медіа обох країн лише з листопада: у цей час ЗМІ починають визначати об'єктом бажання української влади перехід на бік Росії та придушення акцій протесту. Відповідно, українська влада й Росія стають в опозицію до України в цілому, українців та Євромайдану. В обох підсумкових моделях Росія відносно України постає активним опонентом, пасивним чи потенційним відправником, пасивним чи потенційним помічником.

Характерно, що в російських виданнях як активний відправник (тобто сила, що спрямовує українську сторону на пошуки об'єкта) вказується Європейський союз – зовнішній чинник. Натомість в українських ЗМІ активними відправниками є внутрішні сили: українці, українська влада, українське законодавство, – Євросоюзу ж відводиться роль помічника та навіть пасивного супротивника (через його невизначену позицію, завищені вимоги до України для асоційованого членства).

Порівнюючи росієцентричні моделі, можна дійти висновку, що в ЗМІ обох країн під Росією-суб'єктом переважно мається на увазі російська влада (Росія в значенні росіяни вживається дуже рідко).

Об'єкт бажання Росії / російської влади визначається по-різному: в українських виданнях – Україна загалом (підконтрольна, послаблена), у російських – економічні вигоди від України в складі Митного союзу, уникнення Росією наслідків української євроінтеграції. Таким чином, якщо українські ЗМІ тлумачать відносини в категоріях залежності / незалежності, то російські говорять про економічні набутки чи втрати.

Водночас українські газети акцентують, що ці блага Росія здобуває для себе, а російські – що не лише для себе, а й для країн МС та самої України. Відтак, за версією російських ЗМІ, Росія – держава, що консолідує сусідні країни, готова їм допомагати. Помічники й опоненти Росії у ЗМІ обох держав визначені майже однаково. Помічниками є тиск і поступки («батіг і пряник») та їх виконавці, супротивниками – українська опозиція та Євромайдан.

Таким чином, ми знайшли підтвердження гіпотезі, що у виданнях кожної з країн можна віднайти соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія, однак ці моделі мають складний вигляд через існування різних акторів, які представляють Україну та Росію (влада, суспільство тощо). На прикладі висвітлення теми Євромайдану ми також побачили, що такі моделі можуть змінюватися в період суспільно-політичних криз, проте не як кардинальне перегрупування акторів, а за рахунок «відшарування» додаткових моделей.

Відмінності підсумкових моделей для українських та російських ЗМІ зумовлені деталями, а в площині інформаційних відносин ці деталі можуть бути представлені як принципові розбіжності й набувати колосального значення у справі розпалювання міждержавних конфліктів.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у фахових виданнях

1. Козир Ю. А. Концепт «Україна-Росія» в масмедійному дискурсі як теоретична проблема / Ю. А. Козир // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Жовтень-грудень. – Том 53. – С. 15–19.
2. Козир Ю. А. Українсько-російські відносини в дзеркалах урядових ЗМІ України і Росії / Ю. А. Козир // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2013. – № 3–4 (15–16). – С. 88–92.
3. Козир Ю. А. Україна та Росія як актори в наративах української та російської преси / Юлія Козир // Образ. – С. 53–63.
4. Козир Ю. А. Українсько-російські відносини як вияв ритуальної комунікації (порівняльний аналіз преси України й Росії) / Ю. А. Козир // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Липень-вересень. – Том 56. – С. 172–176.

Статті в закордонних виданнях

5. Козырь Ю. А. Природа «субъективной правды» в масс-медиа с точки зрения медиаантропологии / Козырь Ю. А. // Аспирант и соискатель. – М. : Издательство «Спутник+». – ISSN 1608. – 2013. – № 5. – С. 19–23.
6. Козырь Ю. А. Украина-Европа, Украина-Россия: освещение в украинских и российских СМИ / Юлия Козырь // European Vector. – № 2 (Supliment). – Chişinău, 2014. – ISSN 2345. – Р. 138–144.

Статті в інших наукових збірниках

7. Козир Ю. А. Українсько-російські відносини у світлі урядових газет України і Росії / Ю. А. Козир // Комунікаційні технології. – К. : КНУКіМ, 2014. – ISSN 2311. – Том 3. – С. 246–251.

Матеріали конференцій

8. Козир Ю. А. Концепт «Україна-Росія» як актуальна теоретична проблема» / Козир Ю. А. // Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми : матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції (Суми, 5–6 червня 2013 р.) / уклад. О. Г. Ткаченко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – С. 16–18.

9. Козир Ю. А. Застосування актантної моделі А.-Ж. Греймаса для порівняльного аналізу медіатекстів / Козир Ю. // Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства : матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів (Суми, 21–22 квітня 2014 року). – Суми : Сумський державний університет, 2014. – С. 320–322.

10. Козир Ю. А. Актантне моделювання українсько-російських відносин у висвітленні газет України й Росії (за листопад-грудень 2013 року) / Козир Юлія // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи : матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих науковців (Луцьк, 16–17 травня 2014 р.). – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – С. 53–56.

АНОТАЦІЯ

Козир Ю. А. Соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія в масмедійному контенті. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара – Дніпропетровськ, 2015.

У роботі досліджуються особливості висвітлення українсько-російських відносин в медіа України та Російської Федерації, а саме соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія. Зіставлення проводиться в два етапи: за тематикою (пріоритетами в порядках денних) та безпосередньо соціокультурними смислами, визначеними за допомогою актантної моделі А.-Ж. Греймаса.

Встановлено, що загальнодержавні ЗМІ, які перебувають у власності різних суб'єктів і дотримуються різних редакційних політик, але розраховані на представників одного суспільства, можуть висвітлювати міждержавні взаємини відповідно до спільної актантної моделі. Водночас між двома досліджуваними групами видань (України та РФ) виявлені суттєві розбіжності у смисловому наповненні подій, що відображено в розподілі ролей України та Росії як задіяних у медійному наративі учасників міждержавних відносин.

Ключові слова: українсько-російські відносини, мас-медіа, смисл, концепт, тематика, актантна модель.

АННОТАЦИЯ

Козырь Ю. А. Социокультурные смыслы концептуальной модели Украина-Россия в контенте масс-медиа. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.01 – теория и история социальных коммуникаций. Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара – Днепропетровск, 2015.

В работе исследуются особенности освещения украинско-российских отношений в медиа Украины и Российской Федерации, а именно социокультурные смыслы концептуальной модели Украина-Россия. Сопоставление осуществляется в два этапа: по тематике (приоритетам в повестках дня) и непосредственно социокультурным смыслам, определенными с помощью актантной модели А.-Ж. Греймаса.

Установлено, что общегосударственные СМИ, находящиеся в собственности разных субъектов и придерживающиеся различных редакционных политик, но рассчитанные на представителей одного общества, могут освещать межгосударственные отношения в соответствии с общей актантной моделью. В то же время между двумя исследуемыми группами изданий (Украины и РФ) обнаружены существенные отличия в смысловом наполнении событий, что отобразилось в распределении ролей Украины и России как задействованных в нарративе медиа участников межгосударственных отношений.

Ключевые слова: украинско-российские отношения, масс-медиа, смысл, концепт, тематика, актантная модель.

SUMMARY

Kozyr Y. A. Sociocultural senses of Ukraine-Russia conceptual model in mass media content. – On manuscript basis.

The thesis for assignment of a Scholarly Degree of Candidate in Social Communications by speciality 27.00.01 – Theory and History of Social Communications. – Dnipropetrovsk Oles Honchar National University – Dnipropetrovsk, 2015.

The research is focused on the peculiarities of covering Ukraine-Russia relations in the media of Ukraine and Russia, particularly on socio-cultural senses of the Ukraine-Russia conceptual model.

Confrontation between those two states, which takes place nowadays, is an example of effect which media interpretations of events, situations, and relations cause on dominant views in Ukrainian and Russian societies and, therefore, on the course of the confrontation. This is also an example of the capacities mass media have at the disposal for unification or disorganization of society.

The concept is defined as generalized, holistic view of an object. Senses are seen as particular ideas, conclusions about an object, which are actualized in concrete media texts. Socio-cultural senses of the Ukraine-Russia conceptual model are understood as relatively stable models of covering Ukraine-Russia relations common for publications of different mass media oriented on the audiences within one society at some period of time.

A comparison was made on the basis of four Ukrainian and four Russian nationwide newspapers. The analysis consisted of two stages. At the first stage, the publications about Ukraine and Russia relations were studied by topics (priorities in agenda-setting). At the second stage, socio-cultural senses in interpretations of the same topics were revealed. The publications on four most actively covered topics, defined for the media of both states, were the material for comparison. Those topics were Ukraine – Union European / Ukraine – Customs Union, gas supply, trade relations, and Euromaidan. At this stage, the research was conducted by means of A.-J. Greimas' actantial model applied to the fragments of publications where the words Ukraine and Russia were used to signify personified states as participants of international relations (not state names as settings where events take place).

It was revealed that nationwide media which belong to different owners and based on different editorial policies, though oriented on the same society, can interpret international relations on a basis of similar actantial models. At the same time, important interpretational differences were found concerning the assignment of functions to Ukraine and Russia as actors of media narratives about international relations.

The emphasis of the research is that those differences can be played out as principal contradictions and gain colossal meaning in situations of fueling the international conflicts.

Keywords: Ukraine-Russia relations, mass media, sense, concept, subjects, actantial model.