

Міністерство освіти і науки України
Дніпропетровський національний університет
імені Олеся Гончара

На правах рукопису

КОЗИР ЮЛІЯ АНАТОЛІЇВНА

УДК 007 : 304 : 659.3

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

27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

Дисертація

на здобуття наукового ступеня
кандидата наук із соціальних комунікацій

Науковий керівник

Ткаченко Олена Григорівна

доктор філологічних наук, професор

Дніпропетровськ – 2015

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 Історіографія і методологія дослідження	10
1.1. Історія вивчення проблеми	10
1.2. Соціокультурні смисли концептів у ЗМІ: походження, особливості й функції	25
1.3. Медійний наратив як репрезентація соціокультурних смислів	37
1.4. Стратегія виявлення соціокультурних смислів у газетних публікаціях	47
Висновки до розділу 1	60
РОЗДІЛ 2 Тематичні аспекти висвітлення українсько-російських відносин	62
2.1. Українсько-російські відносини на сторінках українських видань	62
2.2. Українсько-російські відносини на сторінках російських видань	75
2.3. Росія в українських ЗМІ	87
2.4. Україна в російських ЗМІ	97
Висновки до розділу 2	107
РОЗДІЛ 3. Соціокультурні смислові особливості наративів про українсько-російські відносини в ЗМІ України та Росії	109
3.1. Актантне моделювання теми Україна – ЄС / Україна – МС	109
3.2. Актантне моделювання теми відносин України й Росії у сфері енергетики	126
3.3. Актантне моделювання теми торгівлі	140
3.4. Актантне моделювання теми Євромайдану	153
Висновки до розділу 3	165
ВИСНОВКИ	169
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	174
ДОДАТКИ	192

ВСТУП

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. Стюпіна, 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. Протягом цього року 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 симпозиумі «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.

РОЗДІЛ 1

ІСТОРИОГРАФІЯ І МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Історія вивчення проблеми

Українсько-російські відносини перебувають останнім часом у центрі уваги мас-медіа всього світу. Конфлікт, що триває між Україною та Росією, виразно засвідчує, наскільки впливає висвітлення міждержавних відносин у ЗМІ на консолідацію або, навпаки, розбрат у суспільстві кожної з країн, наскільки сприяють налагодженню або загостренню відносин між країнами. І загалом – як ЗМІ можуть підтримувати глобальну систему безпеки.

Усвідомлюючи потенціал і загрози такого впливу, науковці активно вивчають висвітлення в масмедіа відносин між державами.

Спосіб презентації подій зі сфери міжнародних відносин у ЗМІ одночасно відображає й обумовлює уявлення суспільства про особливості, місце й роль держави в світовій історії. «Масмедіа певної нації на лінгвістичному рівні кодують національну точку зору в новинному тексті», – пише П. Олькерс [147, с. 33]. Суб'єктивна позиція, закодована в повідомленні, може не відображати думку всіх суспільних груп, однак подаватися як думка нації. Для «внутрішнього» (наприклад українця для українських медіа) читача така позиція залишається все ж авторською, її можна прийняти чи відкинути: «Від нас не вимагають долучитися до «ми», представленого в тексті» [147, там само]. Водночас для читача, який перебуває поза національним контекстом, матеріал ЗМІ – символічна репрезентація того, що нація «думає, бачить і говорить». Думку ж, визначену в тексті як суспільна, можуть використати в іншому контексті як приклад «їхнього способу мислення». При цьому інтерпретативні парадигми подій у різних країнах відмінні, часом несумісні, і за цілеспрямованого втручання на цих відмінностях цілком можливо розпалити конфлікт.

Так, міжнародне протистояння, пов'язане з різницею інтерпретацій у ЗМІ Франції та Росії, розглядала Е. Ле [135]. З позиції критичного дискурс-аналізу дослідниця проаналізувала матеріали французького видання «Le Monde» і російських газет «Известия», «Сегодня» та «Независимая газета» щодо висвітлення перших місяців другої чеченської війни (серпень 1999 – березень 2000 року). Зокрема її цікавило, як у редакційних статтях французького видання коментувалася гуманітарна ситуація в Чечні та як на ці коментарі реагували російські ЗМІ. Виявилося, що трактування подій з точки зору дотримання прав людини, яке здійснювала газета «Le monde», належить ще з XVIII століття до смислової сфери французької національної ідентичності. Журналісти ж російських видань сприйняли такий варіант висвітлення подій як інформаційну війну проти російської ідентичності.

У науковій літературі висвітлення позиції медіа однієї країни в медіа іншої отримало назву «міжнародне медійне відлуння» (термін Г. Фредеріка). Його прояви вивчав також П. Олькерс на прикладі США та Японії, де специфіка подання новин у ЗМІ негативно вплинула на відносини між країнами [147]. На думку вченого, «міжнародне медійне відлуння» використовується журналістами не для того, щоб представити точки зору одне одного, а щоб задіяти «ресурс для постановки епізодів символічної комунікації між націями» [147, с. 35]. Так, у межах суспільства ЗМІ вибудовують концепції внутрішньої та зовнішньої політики.

Більшість же досліджень, у яких порівнювалися тлумачення подій у ЗМІ різних соціокультурних середовищ, проводилися з метою виявити інформаційний вплив одних окремих держав на інші. Серед них – одна з найперших і наймасштабніших за охопленням країн – праця Т. Ван Дейка «Структури міжнародних новин. Емпіричне дослідження світової преси» 1984 року [154], у якій проаналізовано публікації понад 252 видань із понад 100 країн на тему вбивства у вересні 1982 року новообраного ліванського президента. Автор мав на меті порівняти дискурсивні особливості висвітлення події в передових країнах та країнах, що розвиваються.

Дослідник виявив, що гомогенність новинного дискурсу забезпечується загальновизнаними прийомами написання журналістського тексту, а також спільним джерелом інформації – транснаціональними інформаційними агентствами. Преса передових країн вирізнялася більшою кількістю джерел інформації.

Порівняльне дослідження належить також Р. Коусемансу, який з позиції критичного дискурс-аналізу порівнював висвітлення післявиборчої кризи в Кенії 2008 року в кенійській, британській і американській газетах [117]. Відмінності в стратегіях висвітлення вчений пов'язав із різницею в ідеологіях, заснованих на протиставленні племінного та державно-політичного укладів.

Результати досліджень Дж. Бейлі, яка розглядала особливості висвітлення північноамериканської кризи із заручниками в посольстві Японії в Перу (1996-1997 роки), також свідчать про вплив політичної ідеології на висвітлення міжнародних подій [105].

Специфіку відбору й тлумачення міжнародних новин у ЗМІ Індії та США вивчав Дж. Віланіам [155]. Обравши по чотири визнаних загальнонаціональних видання з кожної країни, він зіставив тематику та зміст матеріалів, щоб перевірити, чи існує зв'язок між зовнішньополітичним курсом країни та добором публікацій про зарубіжні події в ЗМІ. Дослідникові вдалося встановити, що газети, навіть використовуючи одні й ті ж джерела, обирають тематику та коментують події, враховуючи інтереси міжнародної політики своїх країн. Отже, інші країни потрапляють у поле зору видань відповідно до цих інтересів, а не через географічну близькість.

Пов'язаним із нашою проблемою є й дослідження Дж. Серваеса та С. Раманатана, які порівняли контент європейських та азійських ЗМІ [151] щодо формування образу Європи в азійських медіа й Азії в європейських. Дослідники проаналізували 30 видань (по 15 від кожної сторони) за десятиденний період, визначили частоту згадування назв країн, інтенсивність висвітлення, головні теми та героїв публікацій і дійшли висновку, що,

незважаючи на відкриті можливості подорожувати, доступність гіпермедіа й «так звану глобалізацію», між Європою та Азією існує тривожний дисбаланс у міжнародних комунікаціях і висвітленні кожного з континентів. Європейські медіа більш ніж удвічі рідше згадують про Азію, ніж азійські про Європу. Крім того, азійські охоплюють події географічно ширше, у той час як європейські медіа з усіх азійських країн повідомляють найчастіше про Гонконг. В іншій своїй праці [150] Дж. Серваес займається пошуком загальноприйнятної стратегії для подолання конфліктів та налагодження комунікації між представниками західноєвропейського та східноазійського регіонів.

Серед названих досліджень більшість стосуються вивчення взаємодії ЗМІ й державної влади у смисловій сфері, ідеологічного впливу на способи представлення новин. Слід зазначити, що матеріалом розвідок, як, наприклад, у роботі Т. Ван Дейка, стали медіа країн зі спільним минулим, що перебувають у постколоніальних відносинах (за яких культурний, а іноді й політичний вплив колишньої метрополії ще значний, проте звільнена країна вже намагається провадити власну інформаційну політику), або країн, що знаходяться на різних рівнях соціально-економічного розвитку. Іншими словами, йдеться про відносини залежності, передусім інформаційної. Інтерес учених викликають також конфліктні ситуації в міжнародній політиці, участь ЗМІ у їх розпалюванні та перебігу.

У нашому дослідженні йдеться про особливості висвітлення українсько-російських відносин у ЗМІ України й Росії.

Необхідно сказати, що українсько-російські відносини інтенсивно вивчаються з точки зору історії (М. Демкович-Добрянський, А. Виноградов, О. Галушко, А. Завадовський, І. Коляда, О. Молчанов, В. Петровський, Г. Півторак, В. Роговий, В. Церковна), політології (С. Жильцов, Д. Катая, Х. Кобелева, В. Пастухов, Д. Плотніков, Ю. Седляр, В. Семко, Л. Синявська, О. Стадніченко, Ю. Шмаленко), економіки (О. Ладюк, С. Пилипенко), соціології (Б. Дубін, З. Сікевич), філології (Н. Барбара, І. Брага, Є. Пименов,

М. Пименова). У покажчику літератури за 2002-2012 роки, виданому Російською АН, наведено 496 позицій наукових праць, присвячених російсько-українським відносинам в аспектах економіки, культури, науки й освіти, авторства як російських, так і зарубіжних учених [73]. Водночас це питання залишається малодослідженим у науці про соціальні комунікації.

Ми виявили небагато праць, у яких українсько-російські відносини розглядалися у висвітленні ЗМІ обох країн, причому лише в одному з досліджень порівнювався контент українських і російських видань. Ідеться про здійснений О. Івановим контент-аналіз висловлювань українських та російських політиків щодо відносин між країнами [39]. Залучивши до аналізу офіційні сайти президентів України й РФ, Верховної Ради України, персональний сайт прем'єр-міністра України Ю. Тимошенко та сайт державного інформаційно-аналітичного агентства Росії «РИА Новости», дослідник дійшов висновку, що в українських політичних комунікаціях увага зосереджена на культурно-цивілізаційному аспекті відносин, менше – на економічному, а в російських – однаковою мірою на економічному й геополітичному аспектах. Крім того, він порівняв синхронність актуалізації окремих груп «кодів», – а саме культури, економіки й політики – в українському та російському медійному контенті і констатував, що «російська сторона динамічніша у зміні змістовних пріоритетів своїх комунікаційних повідомлень, ніж українська сторона. ... ще однією можливою причиною асинхронності комунікації є відносно пасивне реагування української сторони на виклики з російського боку, особливо щодо геополітичних проблем» [39, с. 47]. Згадане дослідження є найбільш ґрунтовним порівнянням особливостей висвітлення українсько-російських відносин у ЗМІ України й Росії.

Опосередковано порівняльного аспекту торкався В. Бабенко, який відзначив суттєвий вплив ЗМІ на формування в обох суспільствах образів України і Росії, що стає особливо сильним у разі загострення відносин та під час передвиборчих кампаній. Вчений вказує на значний відсоток

фальсифікацій, викривлень, що негативно позначаються на співпраці між державами [7, с. 29]

Серед науковців, які вивчали українсько-російські відносини окремо в українських чи російських ЗМІ (відповідно, без порівняння) слід назвати Л. Василик, О. Грушко, І. Філенко, О. Шевцова.

Зокрема, Л. Василик з'ясувала, що в контексті української світоглядної публіцистики сучасних літературно-художніх видань концептуальна пара «Україна – Росія», як і «Україна – Європа», є основною для українського національного самовизначення, оскільки допомагає «окреслити координати української національної ідентичності серед непростого геополітичного контексту, висвітлити загрози і спрогнозувати перспективи» [23, с. 161]. Росія і Європа протиставляються як колоніальне минуле та вільне майбутнє. Дослідниця зазначає, що з початку 1990-х років Росія в українській публіцистиці представлена як носій ознак «колишнього колоніального минулого», Схід, «пройдений Україною історичний етап», альтернатива якому – Європа – «антиколоніальний простір», «Захід, який тільки-но відкривається й відповідно осмислюється в перспективно-прогностичній риториці» [23, с. 164–165]. Водночас автори намагаються показати, що в реаліях сьогодення необхідно відмовитися від максималістських підходів [23, с. 164]. В іншій роботі Л. Василик уточнює: ці вектори не вичерпують позицій, пропонованих в українській публіцистиці, адже, крім варіантів «Україна європейська» та «Україна російська», є ще «Україна – проміжна самобутня територія» і «Україна – синтез європейської та російської культур» [24, с. 25–27]. Такі спостереження засвідчують важливість проблеми взаємин двох країн в українському суспільстві й українських медіа.

Іміджу Росії у висвітленні українських ЗМІ торкається О. Шевцов [96, с. 12]. Дослідник аналізує всеукраїнські видання «Дзеркало тижня», «День» та регіональні західноукраїнські – «Високий замок», «Галичина», «Львівська газета», які, на думку автора, є провладними, оскільки безумовно підтримують курс «помаранчевої» коаліції (йдеться про 2004–2009 роки). Він

доходить висновку, що українська преса за каденції президента В. Ющенка, висвітлюючи українсько-російські відносини, цілеспрямовано формувала негативний імідж Росії. Для маніпуляції використовувалися пов'язані між собою смислом і оцінками історичні, етнокультурні й політичні міфи [96, там само]. За даними цього дослідження, українсько-російські відносини характеризувалися в провладних виданнях так: Росія – ворог України історично, від часів боротьби з польською шляхтою до сьогодні; російські інвестиції в українську економіку представлені як експансія на відміну від позитивно характеризованих американських; Росії споконвік властива ненависть до України; Російська влада цілеспрямовано демонізується, а режим описується як авторитарний і недемократичний на противагу «незалежній, європейській і демократичній» Україні, причому діє «міфічна бінарна опозиція «Ми – Захід, вони – Схід»; українська преса говорить про мовний імперіалізм Росії, який реалізується, зокрема, через присутність російських ЗМІ в Україні, і пропонує вирішити цю проблему шляхом українізації суспільства; видання нераціонально пропагують втрату частини суверенітету при вступі до НАТО, щоб залишитися незалежними від Росії [96, с. 20–21].

У статті О. Грушко розглянуто окремий аспект українсько-російських відносин у висвітленні якісних українських видань, а саме взаємини в енергетичній сфері [30]. Щоправда, у центрі уваги тут політологічний аналіз, узагальнення експертних та журналістських оцінок проблеми. До слова, цю саму важливу проблему, але в контексті британських медіа, розглядала й Л. Медовкіна [53].

Висвітлення відносин України й Росії в російських ЗМІ часів президентства Б. Єльцина торкалася й І. Філенко [91]. До історико-політологічного аналізу дослідниця залучила контент провідних російських телеканалів і виявила, що за часів президентства Б. Єльцина спостерігалось явне розходження між владою РФ і суспільством в оцінках пріоритетів у відносинах з Україною. Для влади головним було не допустити членства

України в НАТО, а для суспільства – побудувати з Україною ринкові добросусідські відносини. Запрошувані у ЗМІ експерти, як правило, відстоювали точку зору влади.

Семіотичний підхід до інтерпретацій відносин двох держав використала Л. Павлюк, щоправда, матеріал її дослідження виходить за межі самих лише мас-медіа – ідеться про міфологеми, поширені в українському суспільстві, до яких апелюють журналісти. На її думку, сучасний вимір конфлікту «Україна – Росія» тримається на міфологемах, запроваджених із часів розпаду СРСР, коли новоствореним державам довелося шукати нові «культурно-політичні парадигми» [63, с. 97]. З одного боку, обидві країни провадили деміфологізацію радянського світогляду (і це їх об'єднувало), з іншого – через потребу національного самоствердження створювали новітні міфологеми, які вступили в суперечність: «український міф виступив антагоністом російської імперської свідомості й традиції» [63, там само]. Зважаючи на це, Л. Павлюк стверджує, що міфоструктура Ми–Вони в Україні стосується насамперед України та Росії й покликана захищати національну ідентичність від «домінантної, експансивної, месіянстичної культури Росії» [63, там само]. Новостворені численні міфи й контрміфи дослідниця характеризує як експресивні та стратегічно спрямовані. Серед них опозиції «своїї правди» й об'єднання, національної й антинаціональної ідеологій, державництва й антидержавності, сепаратизму й «соборності». У відповідь на проголошення незалежності України й Помаранчеву революцію виникли контрміфи «ліберальної імперії» та «керованої демократії» [63, с. 97–98]. Таким чином, Л. Павлюк, як і більшість зарубіжних дослідників висвітлення міжнародних відносин у медіа, пов'язує смисловий простір українсько-російських відносин із політичною ідеологією, оскільки стратегічна спрямованість передбачає штучну розробку «згори» (стратегія як наперед заданий логічно вибудований довгостроковий план).

Українсько-російських відносин у висвітленні ЗМІ торкаються й дослідники концепту, образу та іміджу України. Ґрунтовне вивчення змісту

концепту «Україна» в українських мас-медіа здійснювалося І. Брагою (концептуальне поле «держава» у центральних україномовних виданнях кінця 70-х років ХХ – початку ХХІ ст.) [20] та Л. Василик (концепт «Україна» як елемент концептосфери національної ідентичності в літературно-публіцистичних виданнях кінця ХХ — початку ХХІ ст.) [23]. Знаходимо також кілька праць, у яких з'ясовуються особливості актуалізації концепту «Україна» чи української тематики в російських ЗМІ – Н. Барбара [20], І. Завгородня [36], О. Леонов [48], М. Пименова [65], М. Скриник [77]. Як стверджують дослідники, російська преса здебільшого висвітлює Україну саме в контексті її відносин із Росією, які найчастіше подаються як конфліктні, зокрема через метафори війни й боротьби. Крім того, М. Пименова звертає увагу на доволі поширені в російських виданнях зображення відносин України та Росії у метафорах руху – паралельного, у різні боки, до спільної мети. Росія стимулює «рух» України, «обираючи нові цілі, Україна погоджує свій «рух» із Росією». Україна також є прихистком для критиків політики Росії щодо Кавказу, полігоном для російської опозиції, маршрутом російського газу, країни мають спільні соціальні «хвороби» [65]. Найбільш повторювані результати цієї групи досліджень (концепт Україна в російських ЗМІ) можна звести до таких ролей України відносно Росії, як друг і сусід, боржник, партнер, покупець і споживач, постачальник продукції до СНД, кровний родич, призер у програній Росією спортивній грі, здобич тощо.

Незалежно від того, вивчають дослідники формування уявлень про Україну українськими, російськими чи іншими медіа (як О. Бутирський [21] – ЗМІ західноєвропейських країн, Н. Ващенко [25] – Німеччини, Т. Мудраченко (Долгова) [33; 34; 56; 57], С. Ільчук [40] – Великобританії, Т. Котляревська [45] – Франції, О. Семида [76], Н. Чабан [93] – США, О. Бойко [16], С. Кулик [47] – англomовні видання), вони приділяють увагу відношенню Україна – Росія у складі концепту України.

Водночас у дослідженнях концепту, образу чи іміджу Росії в закордонних ЗМІ більшість науковців оминає українсько-російські

відносини. Так, знання й уявлення про Росію в російських ЗМІ аналізували О. Абрамова (вивчення концепту «Росія» як ключового для дискурсу російських масмедіа на матеріалі журналу «Родина» за 1989–2011 роки) [1], А. Белоусова (фреймовий аналіз мовних актуалізацій концепту в заголовкових комплексах газет 2007–2009 років із наголосом на специфіці концепту як ономастичного) [14], Т. Моїсєєва (метафоричні моделі відносин Росії та США в лінгвокультурологічному аспекті) [55], К. Торопова (формування іміджу Росії якісними виданнями, 2006–2010 роки) [87], А. Чудінов (метафоричне зображення Росії в політичному дискурсі ЗМІ кінця ХХ століття) [95]. Контент зарубіжних ЗМІ щодо образу, іміджу, концепту, теми Росії вивчали: М. Ступницька [84] (французькі видання), Л. Бондарева [17], Н. Ковальова [42], К. Костіна [44], Т. Маршанських [52], О. Новікова [59], Є. Сайко [74], О. Черненко [94] (німецькі), О. Миронова [54], О. Орлова [61], О. Пшонкін [71], В. Феклюніна [90] (американські ЗМІ), О. Дмитрова [32] (британські), З. Ужегова [88] (американські й британські), О. Пантелеєва [64] (англомовні), О. Балакіна [8] (фінські), Л. Айвазян [3] (вірменські). У цих дослідженнях проблема відносин Росії та України не розглядалася окремо, а введена в загальні питання «Росія – країни СНД» чи «Росія – пострадянські країни».

Імовірно, така особливість засвідчує, що зарубіжним ЗМІ Україна цікава передусім у зв'язках із Росією, сама ж Росія привертає їхню увагу в будь-яких своїх діях як самодостатня країна, через те у вибірці матеріалів про Росію українсько-російські відносини становлять незначну частку, нерідко науковці її взагалі оминають.

Безумовно, на перебіг міждержавних відносин мають вплив відображенні у ЗМІ кожної з країн знання та уявлення не лише про відносини між Україною і Росією, а й окремо про кожну з держав.

За твердженням І. Юр'євої, концепт «Росія» має статус базового в російській національній свідомості, оскільки безумовно пов'язаний із формуванням і вираженням самооцінки національного колективу,

визначенням свого місця у світовій історії [101, с. 3]. Так само концепт Україна Л. Василик називає «...базовим семіотичним знаком, ядром національного хронотопу, оскільки він символізує егрегор (спільне інформаційно-духовне поле нації). Навколо нього об'єднуються інші концепти, поєднуючись у цілісну систему взаємопов'язаних понять, структуруючи українську модель світу, висвітлюючи програму національного буття...» [23, с. 108]. А на думку С. Андрусів, концепт Україна входить до тріади «національного космо-психо-логосу Україна – свобода – Бог» [4, с. 6]. Більшість дослідників наголошують на ключових ролях концептів Росія та Україна.

При цьому медіаобраз країни не завжди відображає духовно-моральні основи суспільства: наприклад, аналізуючи образ Росії в російських ЗМІ, О. Богдан зауважує, що цілісність уявлення про країну може порушуватися критичною спрямованістю публікацій, саме уявлення може бути суперечливим у матеріалах різних ЗМІ й різних авторів через відмінності в політичних позиціях видань, особистих переконаннях авторів, рівні їхньої професійності [15, с. 14]. Тому не можна однозначно стверджувати, що ЗМІ – єдине джерело формування образу країни в суспільстві.

Інший аспект вивчення репрезентують дослідження оцінок українців і росіян одне одного та українсько-російських відносин. Йдеться про соціологічні опитування, які можна вважати вивченням цільових аудиторій, оскільки в сучасному світі людина завжди так чи інакше формує свою думку під впливом ЗМІ. Так, напрямок впливу федеральних ЗМІ Росії виразно показують результати колективного дослідження образу України в сприйнятті мешканців українсько-російського прикордоння (С. Баринов, А. Гриценко, А. Самсонова) [11]. Опитування засвідчило цікаву закономірність: чим далі від кордону й ближче до центру, тим більш негативне ставлення росіян до України (дослідники наголошують, що йдеться саме про українців, а не про владу, що оговорювали самі респонденти). За спостереженням авторів залежність обумовлена впливом

ЗМІ, повідомлення яких аудиторія центральних регіонів не має змоги критично оцінити з позицій власного досвіду спілкування з жителями України. Проведене А. Самсоною опитування мешканців Москви засвідчило, що більшість респондентів дізнається про Україну з Інтернету (71%) і телебачення (67%), на газети припадає найменша частка (22%). При цьому в російському інформаційному просторі на час проведення дослідження (стаття опублікована 2009 року) були відсутні українські канали, інтернетизація в середніх і малих містах залишалася низькою, а ціни на доступ до мережі високими [11, с. 27]. Дослідники розмежовують чотири класи росіян за рівнем поінформованості, який і обумовлює ставлення до України:

- 1) мешканці прикордонних територій, які винятково позитивно ставляться до сусідів і мають «змішану» («об'єднувальну») ідентичність;
- 2) муніципальні й регіональні адміністрації, що підтримують, наскільки спроможні, сусідські контакти і зберігають ще позитивне ставлення;
- 3) населення більш віддалених територій: ставлення швидше нейтральне, але зберігається невелика перевага позитивного;
- 4) федеральна влада й федеральні ЗМІ, які, за твердженням дослідників, є основними генераторами негативного образу України в сприйнятті росіян. Цей образ створюється в медіа шляхом «ігнорування об'єднувальної тематики й зміщення акцентів у бік провокаційних тем, факторів протистояння» [11, там само]. Влада ж таку позицію, за словами авторів дослідження, всіляко підтримує, зокрема політикою в інформаційній сфері.

Важливо, що наслідки російської політики поширюються на просторах не лише Росії, а й усього СНД, зокрема позначаються й на громадській думці в Україні. На це звертає увагу О. Зубик, характеризуючи вплив російських ЗМІ на імідж України: «Не останню роль у формуванні зовнішнього іміджу України відіграють, власне, російські ЗМІ, які внаслідок широкого поширення на пострадянських просторах і не тільки, формують уявлення про

особливості політичного, економічного та соціального життя нашої Батьківщини серед громадян значної кількості країн нашої планети. Російські електронні ЗМІ не тільки одноосібно формують уявлення про Україну в інформаційному просторі Співдружності, а й досить часто стають активними учасниками внутрішньополітичних процесів у самій Україні» [37]. Із твердженням щодо одноосібного впливу Росії погодитися важко, оскільки частина інформації про Україну та українсько-російські відносини надходить від власних кореспондентів відомих зарубіжних інформаційних агентств, видань та каналів, із яких «живляться» й медіа пострадянських країн, але в цілому інформаційний вплив РФ на формування уявлень про Україну не лише на теренах СНД, а й по всьому світу дійсно став значним із відкриттям підконтрольних державі кабельних телеканалів формату 24/7: англomовного «Russia Today» у 2005 році, арабомовного Rusiya Al-Yaum у 2007-му, іспаномовного RT Actualidad у 2009-му та зорієнтованого на США RT America у 2010 році. Україна ж потужної інформаційної політики на світовому рівні не провадила.

За спостереженням О. Зубик російські телеканали (ОРТ, НТВ і РТР у 2000 році) жваво відгукувалися на негаразди в українсько-російських відносинах, коли ж взаємини між державами залишалися спокійними, спостерігалось «затишшя» і в інформаційній сфері [37]. Дослідниця зазначає, що представлені в російських ЗМІ матеріали про Україну та Росію переважно стосувалися аварій, катастроф, стихійних лих, політичних скандалів. Щовесни «традиційно» у медіа стартувала кампанія з дискредитації Криму через конкуренцію за відпочивальників. Зокрема цикл передач «Остров Крым» О. Зубик називає російською «енциклопедією стереотипів». Помітною тенденцією стало також при поразках російської армії в Чечні закидати українським громадянам участь у війні на боці ворога, перевдягання українців у російську військову форму та вчинення розправ над чеченськими мирними жителями. При цьому, як стверджує дослідниця, переконливих доказів своїх слів російські журналісти не наводили. У цілому аналізовані

телеканали створювали вкрай негативний імідж українців і всієї держави, якому, цитуючи С. Сванідзе, дослідниця дала назву «украинцы среди сброда».

Відносини України та Росії в контексті інформаційного впливу із позицій постколоніальної методології досліджувала С. Онуфрів. Її робота стала першою спробою концептуального вивчення на матеріалі мас-медіа відношення Україна – Росія як «боротьби двох дискурсів», де російський постає як «російсько-імперський», на зразок «експансіоністського дискурсу «класичних» колоніальних імперій». Торкаючись проблеми «постколоніальних трансформацій» в українсько-російському питанні, дослідниця стверджує, що Україна «залишається об'єктом гри зовнішніх політичних сил, зокрема й Росії» [60, с. 13]. Така ситуація, на думку С. Онуфрів, спричинена економічними чинниками, а також відсутністю орієнтації на національно-культурні цінності в українській політиці, у результаті чого постколоніальні (за статусом, але не за змістом) масмедіа зазнають сильного інформаційного впливу Росії. Сутність такого впливу дослідниця вбачає у поширенні російських стереотипних образів дійсності на Україну, зокрема: «Останнім часом з лексики російських політиків і суспільних діячів майже зникли слова «Росія», «Російська Федерація». Вони говорять переважно про «велику Росію». Найпоширенішою проекцією з російського боку щодо України стали образи «хитрого малоросса» (простакуватого, неосвіченого, але шахраюватого, зрадливого) та «хохлацької галушки». І на сучасному етапі Росія продовжує проектувати свій негативний образ на Україну» [60, с. 13–14]. На думку С. Онуфрів, за своєю суттю Росія залишається імперією, яка змінила засоби, але не мету. Заволодіння територією України означає для неї можливість просувати свої інтереси в Європі й позбавити останню можливості розширення на Схід. Дослідниця визначає політику Росії відносно України, з одного боку, як примирення, а з іншого — як тиск. Така ж політика обумовлює відносини між країнами і в інформаційній сфері.

Таким чином, класифікувавши згадані наукові праці, присвячені

особливостям висвітлення України, Росії та їхніх відносин у ЗМІ, можна зробити висновок, що уявлення про Україну та Росію вивчалось на матеріалі медіа обох країн доволі активно, водночас українську та російську пресу в розрізі висвітлення українсько-російських відносин вчені, за винятком О. Іванова, не порівнювали.

Між тим ЗМІ як чинник формування громадської думки мають значний вплив не лише на перебіг міжнародних відносин, а й на пам'ять про них у суспільстві та, відповідно, висновки, які суспільство робитиме з них на майбутнє. Медіа фіксують історію, утверджуючи негласну домовленість, про що і як говорити, до чого і як ставитися. Тож і в сьогоденній українсько-російській неоголошеній війні їхня роль фундаментальна: саме вони ще задовго до розгортання конфлікту підготували в суспільній свідомості ґрунт для (не)сприйняття тих чи інших подій як у внутрішньому житті кожної з країн, так і сфері міжнародних відносин.

Наше дослідження покликане виявити, яким саме був такий ґрунт у Росії та Україні напередодні конфлікту, а саме – у світлі яких тем подавалися українсько-російські відносини, якими смислами ці відносини наділялися в медіа українського та російського соціокультурних середовищ; чи можна говорити, що в різних за політико-економічним спрямуванням виданнях кожної з країн існувала спільна смислова основа в розумінні цих відносин, певна «граматика» в семіотичному сенсі; як різняться інтерпретації одних і тих самих подій в українських та російських ЗМІ; чи можливі, а якщо так, то як виглядають і чим відрізняються моделі висвітлення українсько-російських відносин в українських та російських медіа.

Знання соціокультурних смислових відмінностей допоможе усвідомити, як українські та російські видання розставляють акценти, із яких вихідних позицій інтерпретують для аудиторії те чи інше питання, а через усвідомлення – навчитися протистояти маніпуляціям і, можливо, знайти підхід до порозуміння між представниками українського та російського суспільств.

1.2. Соціокультурні смисли концепту в ЗМІ: походження, особливості й функції

Науковий прагматизм вимагає розмежування смислу і концепту – понять, на перший погляд, близьких, але не тотожних. Контекст нашої роботи потребує уточнення змісту кожного з них, що пов'язано з необхідністю визначити предмет дослідження.

Термін «концепт» має різні дефініції та виходить із середньовічного концептуалізму (П. Абеляр, У. Оккам, пізніше – Т. Гоббс), де він розглядався як універсалія, що узагальнює ознаки речей, містить важливу й актуальну інформацію та створена розумом для «внутрішнього користування» [75, с. 257]. З'явившись як філософська категорія, у подальшому термін «концепт» став використовуватися в психології, етнолінгвістиці, соціолінгвістиці тощо.

Здійснивши спробу узагальнити різні визначення концепту в лінгвістиці, І. Штерн пише, що це «двоїста» ментальна сутність, яка належить водночас психіці й мові: «у психіці це об'єкт ідеальної природи, образ, що втілює певні культурно зумовлені уявлення носія мови про світ і водночас є прообразом, прототипом, «ідеєю» групи похідних понять; у мові концепт має певне ім'я, оскільки реальність відбивається в свідомості не безпосередньо, а через мову [99, с. 191–192].

Досліджуючи різноманітність тлумачень терміна «концепт» у лінгвістиці, Л. Нікітіна доходить висновку про існування основних підходів: лінгвокогнітивного та лінгвокультурологічного, – а також значної кількості синкретичних, у яких концепт одночасно визнається і фактом свідомості, і фактом культури [58, с. 30]. Як зазначає В. Карасик, розмежування лінгвокультурологічного й лінгвокогнітивного підходів є науковою умовністю, оскільки як ментальне утворення у свідомості індивіда концепт надає можливість виходу до концептосфери суспільства й культури. І

навпаки: концепт як одиниця культури стає надбанням окремої людини [41, с. 97]. За різних підходів основною для мовознавчих досліджень концепту є теза про його зв'язок з мовою і мовленням.

У визначенні Ф. Бацевича, який розглядає термін з точки зору міжкультурних комунікацій, концепт – це «оперативна одиниця пам'яті й усієї картини світу» (зокрема, мовної) [13, с. 90]. На його думку, не лише мова може визначати зміст концепту, а й позамовні чинники. Науковець також зазначає, що концепти містять знання, думки, передбачення, фантазії про об'єкти світу, а не лише уявлення. Крім того, концепти фіксуються не лише в іменах, а й категоріях мови та позначені національно-культурними особливостями [13, там само].

Адаптуючи поняття «концепт» до газетного дискурсу, зокрема до дискурсу українських та російських ЗМІ, ми з певними заувагами приймаємо визначення, запропоноване Р. Павільонісом: концепт – це «інформація щодо актуального чи можливого стану речей у світі (тобто те, що індивід знає, вважає, думає, уявляє про об'єкти світу)» [62, с. 104]. Перша заувага полягає в тому, що Р. Павільоніс вважає синонімами концепт і смисл, ми ж поняття смисл відмежовуємо. Друга – у тому, що всі знання, уявлення постають у концепті в цілісності, відтак концепт можна образно описати як «згусток культури в свідомості людини» [80, с. 42], це єдність знань, думок, уявлень про об'єкт.

Для нас концепт – узагальнене, цілісне уявлення про об'єкт, поняття, створене на основі власного досвіду, який враховує весь спектр людських раціональних та ірраціональних проявів, а також ментальної оцінки, яка ґрунтується на суспільній практиці.

Виникає необхідність пояснити і вживання терміна «смисл» у цій роботі. Загальне визначення смислу можна сформулювати як «уявлення про щось, поняття, розуміння чого-небудь» [78, с. 405].

У гуманітарних науках поняття «смисл» найчастіше співвідносять із поняттям «значення». Так, «Новейший философский словарь» узагальнено

визначає смисл і значення як «різні форми здійснення мовного зв'язку «означуване—означник» в процесах розуміння і в системі мови» [6, с. 629]. У цитованій статті описано різні підходи до розуміння смислу: у логічній семантиці, яку розробляв Г. Фреге, смислом називають мислимий зміст, який вкладається в мовний вираз. У лінгвістиці, відповідно до «трикутника Огдена-Річардса», смисл – це результат суб'єктивного розуміння тексту (на відміну від нормативного лексичного значення). Класична формальна логіка трактує смисл як «зміст», інтенціонал поняття. У СМД-методології смисл – це суб'єктивне, ситуативне, феноменальне розуміння, яке визначається безліччю факторів: часом, місцем, знаннями, цінностями, практичними настановами людини тощо [6, там само]. Проблема смислу також активно розроблялася в аналітичній філософії (Л. Вітгенштейн, Б. Рассел, Р. Карнап) та феноменології (Е. Гуссерль).

Міжнародна Рутледжська енциклопедія філософії пропонує визначення цього терміна відносно поняття референта — сутності, яку позначає вираз. У цьому співвідношенні смислом виразу називають спосіб, у який референт представлений через цей вираз [140, с. 684]. Смисл постає в ролі посередницької інстанції між річчю й звуками (буквами), які цю річ позначають.

Смисл також є важливою категорією психології та психолінгвістики. Детальну розробку співвідношення значення-смисл здійснив у першій третині ХХ ст. Л. Виготський. Пізніше цю концепцію розвивали послідовники, зокрема О. М. Леонтьєв, та його син, засновник психолінгвістики як наукового напрямку в Росії О. О. Леонтьєв. Узагальнено сутність підходу останнього можна описати так: «...значення – будь-яка форма соціальної фіксації й кодифікації діяльності, наявна також і у свідомості. Значенню протистоїть особистий смисл як мотивоване ставлення до значення, як форма залученості значення в структуру свідомості особистості» [49, с. 9]. Отже, ідеться про належність смислу винятково індивідові, у той час як на рівні соціуму закріплюється й домінує значення,

яке, проте, не можна вважати цілковитою індуковано виведеною абстракцією, оскільки воно присутнє й у свідомості індивіда. Таке розуміння, як підкреслює О. О. Леонтьєв, є «широким» (на відміну від «вузького», суто лінгвістичного погляду), оскільки ставить в один ряд мовні значення, суспільно випрацювані уміння, норми поведінки тощо.

У лінгвістичному ж розумінні смисл тексту чи його мінімальної одиниці – це «цілісний зміст певного висловлювання, який не зводиться до значень текстових частин та елементів, але сам обумовлює ці значення» [22, с. 149]. Н. Валгіна звертає увагу, що смисли можуть бути поверхневими, більшою мірою прив'язаними до значення окремих складових вислову, та глибинними, внутрішніми – індивідуальними і непередбачуваними. Під внутрішнім смислом повідомлення дослідниця, слідом за О. Лурією, розуміє той смисл, який створюється не самими фактами, а мотивами, що спонукали автора їх подати. Внутрішні смисли надають особливої глибини текстам, розрахованим на неоднозначність розуміння (наприклад поезії), а в наукових чи ділових, навпаки, створюють шуми. Тексти ЗМІ розраховані на однозначність сприйняття (за винятком хіба що деяких художньо-публіцистичних жанрів), оскільки через них автори прагнуть сформулювати в суспільстві цілком визначену позицію з того чи іншого питання, тому можливості їх різночитань обмежені. Це більшою мірою «закриті тексти», якщо висловлюватися термінами У. Еко [100, с. 17].

Поняття «смисл» у відношенні до тексту можна визначити також і як фактичне значення вислову (тексту) в конкретному контексті й ситуації мовлення [2, с. 281].

Під смислами в соціальній комунікації А. Соколов розуміє знання (те, що людина мислить), уміння (те, як людина діє), стимули й емоції, що рухаються в соціальному часі та просторі [79, с. 20–21]. Автор приймає таке визначення умовно, оскільки вважає необґрунтованим спрощенням зводити всю різноманітність духовного життя до чотирьох ідеальних об'єктів.

Визначення смислу, яким ми послуговуватимемося в цій роботі, пов'язане з прийнятим нами визначенням концепту. Якщо концепт – це цілісність тлумачень, уявлень про об'єкт, то смисли – уявлення про окремі сторони цього об'єкта. Смисли актуалізуються в конкретних висловлюваннях про об'єкт.

Отже, маємо дефініції двох понять – концепту і смислу, – що перебувають у певному співвідношенні, яке ми розуміємо так: внутрішній зміст концепту являє собою сукупність смислів [29, с. 183]. Концепт – інформаційний «згусток» знань, думок, уявлень про об'єкт світу, а смисл – ті знання, уявлення, що актуалізуються в конкретному акті мовлення (у нашому випадку – журналістському тексті чи його окремому фрагменті). Можна сказати, що «концепт... у тексті відіграє роль смислової домінанти, яка організує його смислову структуру» [46, с. 167].

Смисли концепту можуть бути індивідуально-особистісними – коли йдеться про неповторні інтерпретації, уявлення про об'єкт, а можуть бути характерними для більшості членів певного суспільства чи окремої його групи («Концепт – одночасно й індивідуальне уявлення, і спільність» [38]). Останні ми й називаємо соціокультурними смислами.

Відтак, соціокультурні смисли можна визначити як уявлення про об'єкт світу (людину, предмет, явище, процес тощо), характерні для певного суспільства в певний період і відтворювані в більшості створених у цей період текстів, у тому числі й у ЗМІ.

Смисли, що циркулюють у суспільстві, пов'язують у комунікативістиці з явищем культури чи, зокрема, популярної культури. Так званий «культурний поворот» у соціогуманітрних науках, початок якого пов'язують з працями 1970-х років П. Бурдьє, К. Гіртца, Г. Уайта, М. Фуко, Бірмінгемського центру культурних студій на чолі зі С. Холлом, змістив акценти й у науці про медіакомунікації, за висловом Т. Бауера, з намагання проаналізувати комунікацію на спробу її зрозуміти [107, с. 3]. Суттєвим для цього повороту стало перемикавання уваги на «культурний склад соціальних

середовищ, властиві їм моделі створення й поширення смислу», а також на питання, як продукуються моделі смислу і як у процесі комунікації осмислюється світ [107, там само].

Поняття культури С. Хол визначав як явище, пов'язане з продукуванням смислів і обміном ними. «Сказати, що дві людини належать до однієї культури, – пише він, – значить, сказати, що вони інтерпретують світ приблизно однаково і здатні виражати себе, свої думки та відчуття в зрозумілій одна для одної спосіб» [125, с. 2].

У журналістській діяльності звертання до соціокультурних смислів є необхідною умовою, оскільки для формування громадської думки, тих чи інших настроїв у суспільстві важливо бути зрозумілим аудиторії. Помилково вважати читачів (глядачів, слухачів) безликою інертною масою, оскільки вони несуть на собі ознаки суспільств і суспільних груп, із якими себе ідентифікують, і є «повноправними учасниками соціальної взаємодії» [72]. Неврахування культурної бази читачів може обернутися як звичайною втратою інтересу, так і непорозумінням та недовірою до автора окремого матеріалу чи до видання в цілому, після чого воно вже не буде здатне виконувати свої основні функції, з огляду на те що «та чи інша інтерпретація дійсності є частиною медіавійн, що ведуться за громадську думку» [67, с. 24]. Однак не завжди смисловий бік ЗМІ розглядають у термінах боротьби за владу над масовою свідомістю.

Дійсно, початкового й основного імпульсу культурні студії набули від марксистського трактування культури як продукту владних відносин у суспільстві, його політекономічної структури (базові терміни цього напрямку: гегемонія, ідеологія, масова культура, субкультура, репрезентація, етнічність, стать, релігійна належність). Культура тут розглядається як сфера, через яку політична й економічна еліти без застосування сили закріплюють своє панівне положення в суспільстві так, щоб підкорені класи не лише приймали цей стан речей як належне, а й ставали добровільними колабораціоністами. Дослідження цього напрямку часто мають критичний характер, покликані

надати суспільству факти й інструментарій для свідомої оцінки прищепленого йому погляду на світ. З цієї точки зору контент медіа розглядають, наприклад, представники Бірмінгемської школи (Р. Вільямс, С. Хол), критичного дискурс-аналізу (Т. Ван Дейк, Р. Водак, М. Феркло).

Однак існує й інший підхід: прояви культури в ЗМІ можна розглядати просто як даність, смислову реальність, у якій живе суспільство, без співвіднесення з його класовою структурою. Такий підхід отримав назву медіаантропологічного. Його прибічники усвідомлюють, що на культуру значний вплив справляють еліти, однак бачать й інші джерела походження смислів, зокрема прадавні традиції, що передаються від покоління до покоління. Крім того, як зауважує С. Демченко: «...у своєрідному об'єднанні із ЗМК тепер діють політичні еліти, соціальні інституції, громадські рухи. Адже саме вони ... визначають «больові точки» суспільного життя, тлумачать їх і визначають як проблему» [31, с. 79]. Тому, зазвичай, владні еліти не єдиний чинник, який зумовлює наповнення та спрямованість ЗМІ, однак має значення і режим правління: у тоталітарних суспільствах вплив еліт, безперечно, визначальний.

Приділяти все більше уваги мас-медіа антропологи почали, за спостереженням М. Петерсона, у 80-х роках минулого століття [148, с. 3], побачивши в ЗМІ виразників національної культури, що їх витворила, так само, як ритуали та народні казки є виразниками культур «дрібномасштабних» суспільств – племен, етнічних груп тощо [148, с. 46]. Вивчення ЗМІ з точки зору медіаантропології дозволяє простежити, яку символічну конструкцію реальності та якими засобами вони створюють і відтворюють. При цьому, як зазначає Е. Бьорд, сильною стороною медіаантропологічних досліджень є обов'язок розглядати явища культури в порівнянні, у жодному разі не резюмуючи, що бачити світ «по-моєму» правильніше, ніж «по-твоєму» [112, с. 1]. Такий підхід покликаний констатувати спільне й відмінне, аби представники різних культур змогли дійти порозуміння. Смислове наповнення ЗМІ в цьому сенсі цікавить

М. Петерсона, Е. Бьорд, Р. Дардена, М. Комана, Ф. Осоріо, Е. Ротенбюлера, Дж. Л'юла та інших. У такому ж значенні розглядає її й теоретик ритуального підходу до комунікації Дж. Кері.

Однак, попри відмінності, дослідники обох напрямів вважають ключовою роль ЗМІ в культурному процесі як «творенні й відтворенні смислів, значень, свідомості» [132, с. 68]. Дехто з науковців навіть робить висновок про другорядну роль актуальної інформації в журналістському повідомленні й принципове значення смислового «обрамлення» події (Дж. Л'юл, А. Кавурі, К. Чадха, К. Джозеф), через яке в суспільстві знову й знову відтворюється його культурний фон – знання, цінності, установки. Зокрема Дж. Л'юл писав, що інформація – це лише сировина, із якої відбираються, формуються й переповідаються «вічні історії» [137, с. 189]. Як вважають Р. Джайкар та К. Джайкар, інтерпретативна функція ЗМІ, на відміну від інформативної, стає ще важливішою, коли йдеться про подію, яку читач не пережив на власному досвіді (відповідно й не виробив власних інтерпретацій) [130, с. 127]. Це, зокрема, означає, що чим масштабніша й абстрактніша проблема висвітлюється, тим більший вплив ЗМІ на трактування її в суспільстві. До таких проблем належать і міжнародні відносини.

Соціокультурні смисли в медіа мають кілька особливостей. По-перше, смислова сфера не буває застиглою, а постійно конструюється. В силу того, що така чи інакша репрезентація об'єктів світу не закладена в їхній природі, а закріплена в суспільстві конвенційно [125, с. 22], ця репрезентація може змінюватися під впливом змін у самому суспільстві. Утім, залежність можна розуміти й навпаки: нові інтерпретації світу обумовлюють зміни в суспільстві. Засвоєна культура формує нас, а ми формуємо її, конструюючи смисли при кожному комунікативному акті в конкретних ситуаціях спілкування; обробивши смисли, які несе в собі культура, можемо виробляти власні інтерпретації [136, с. 3; 124, с. 81–82]. Тому й «медійний контент є як

дзеркалом, так і засобом формування культурних і нормативних уявлень суспільства» [98, с. 293].

По-друге, надзвичайно складно встановити джерело цих смислів – які з них ідуть «згори» (від еліт, громадських організацій тощо), а які «знизу» (обумовлені особливостями аудиторії).

З одного боку, в інтерпретації подій журналіст має лишатися в межах прийняттого і зрозумілого аудиторії, відповідати її очікуванням, зважати на страхи [118, с. 46], оскільки альтернативні версії подій, що не узгоджуються з попередніми знаннями, цінностями, віруваннями, нормами суспільства, маргіналізуються, якщо не виключаються з обговорення взагалі [141, с. 45; 31, с. 80–81]. «Для успішного функціонування в різних соціокультурних середовищах мас-медіа відтворюють і поширюють культурні зразки повсякденного життя», – зазначають Н. Костенко та В. Іванов [43, с. 9]. Автор ритуального підходу до комунікації Дж. Кері доводить, що принципова роль ЗМІ полягає «не в інформації, а в конфірмації», підтвердженні й підкріпленні «мапи» реальності, за якою читач орієнтується в житті, «конструюванні й підтримці порядку, смислового культурного світу, який є контролером і середовищем людських вчинків» [116, с. 15]. Отже, соціокультурний фон аудиторії – це своєрідне підґрунтя, спираючись на яке ЗМІ здатні виконувати свої функції повноцінно.

З іншого боку, слушно зауважує і С. Демченко: «Журналіст, зрозуміло, пише чи спілкується в ефірі з аудиторією від свого імені. Однак представляючи той чи інший соціальний прошарок, соціальну групу, він так чи інакше оприлюднює їх думки та погляди. Але вирішальне значення при цьому має позиція того, хто очолює корпоративне угруповання, тобто власник» [31, с. 82]. Відтворюючи вже наявні в суспільстві смисли, ЗМІ вводять в обіг і нові інтерпретації в інтересах їхніх власників. Так, певний індивідуально-особистісний смисл, ідея, може стати надбанням усього суспільства за правильної його презентації (коли нове пояснюється через уже знайомі аудиторії смисли). Медіантрополог А. Петерсон стверджував:

«Журналісти, які йдуть «добувати історію», використовують ті самі інтерпретативні практики, що й будь-який інший соціальний актор; вони осмислюють те, що відбувається, через доступний їм означувальний репертуар, але водночас належать системі виробництва, економіка й політика якої надає перевагу одним артикуляціям з-поміж інших» [148, с. 161]. Автор виступає частиною організаційної єдності – ЗМІ, тому представлене ним бачення події деперсоналізується. «Кінцевий продукт – це результат роботи численних працівників організації, через що в матеріалі важко виявити погляди конкретного автора» [148, там само]. Журналіст керується й контролюється встановленими зовні правилами створення медійного продукту, тому його творчість тісно обмежена з різних боків – настановами керівництва, професійними стандартами, особистими переконаннями й аудиторією з її соціокультурними особливостями. Це наводить на думку, що праця журналіста в певному сенсі перекладацька: він має передати редакційне бачення подій мовою, доступною аудиторії.

Отже, можна назвати, як мінімум, дві причини досліджувати соціокультурні смисли в ЗМІ.

Перша полягає в тому, що через них як через зразки інтерпретацій певних подій чи тем ЗМІ до певної міри уніфікують уявлення своєї аудиторії про світ, адже культура – це по суті система сигніфікації, правила, які перебувають у суспільному користуванні й упорядковують думку та дію [145, с. 20] всіх комунікантів, які до неї (культури) належать. «Оскільки кожен із нас засвоює певний смислостиль, що нас оточує, ми формуємося як люди і як члени соціальних груп / культур», – зазначає Е. Лоув [136, с. 3]. Отже, ЗМІ можуть вважатися чинником соціалізації [50, с. 453], долучення споживачів того чи іншого каналу інформації до культурного спадку суспільства. Роль ЗМІ в цьому процесі може бути і позитивною (наприклад, якщо йдеться про консолідацію нації у часи міжнародних конфліктів, зміцнення культурної ідентичності населення молодих постколоніальних

країн [104; 139]), і негативною (у випадку маніпуляцій, агресивної пропаганди в тоталітарних суспільствах).

По-друге, соціокультурні смисли як складові культурного процесу зумовлюють не лише сьогоденні трактування певної події чи ситуації, а й визначають основу можливих інтерпретацій у майбутньому. Як зазначав Г. Почепцов, завдання комунікатора – інтерпретувати подію в потрібному ракурсі: оскільки дійсність багатогранна, в одній і тій самій події можна відшукати як негативні, так і позитивні характеристики. Однак особливе значення має перша інтерпретація нового явища, оскільки від неї відштовхуватимуться всі інші комунікатори [68, с. 44]. Таким чином, у суспільстві культура виконує функцію програмування [82, с. 40]. Надаючи реальності прийнятної для суспільства інтерпретації, ЗМІ долучаються до створення його програми життя, що може реалізовуватися за принципом «накликаною пророцтва» – явища, описаного ще в 1948 році соціологом Р. Мертоном й підтвердженого потім багатьма дослідниками. «Від початку накликає пророцтво – це помилкове розуміння ситуації, що породжує нову поведінку, через яку від початку неправильна концепція підтверджується й відтак продовжує низку помилок, – пише Р. Мертон. – Пророк же наводитиме всю послідовність подій як доказ того, що він мав рацію від початку. Такі перверзії соціальної логіки» [143, с. 195]. Як приклад він наводив чутки про неліквідність банків, через що люди забирали свої вклади. У підсумку банк дійсно ставав неліквідним. Інший приклад Р. Мертона, набагато ближчий до теперішніх українсько-російських відносин: «...нехай існує вірування, що війна між двома націями невідворотна. Керовані цим переконанням, представники двох націй все більше відвертаються одне від одного, з побоюванням протидіючи кожному «наступальному» рухові іншої сторони власним «захисним» рухом» [143, там само]. Як наслідок, від початку помилкове осмислення ситуації таки справджується й війна стає неминучою. «З людьми в історії відбувається саме те, що обумовлює інтерпретація, приписана ними подіям», – вважає В. Цимбурський [92,

с. 142]. У цьому й полягає, на нашу думку, основний вплив медіа на суспільство – формулювати «карту дійсності», за якою воно буде рухатися.

Визначення ситуації обумовлює і порядок денний видання, і точку зору на перебіг подій, і мову матеріалів теми, і переконання та поведінку аудиторії. Закономірно – чим масштабнішої проблеми торкаються ЗМІ, чим більш одностайні вони у її визначенні, чим довше висвітлюють (значить, більше доказів на підтримку початкового визначення наводять), тим більша ймовірність переконати суспільство й тим довше ці смисли зберігатимуться в його пам'яті.

Необхідно наголосити, що «незалежно від кута зору, під яким описується та аналізується медійний контент і медійні висловлювання, під час дискусій на теми медійного контенту йдеться насамперед про те, що він повідомляє про комунікатора – журналістів, рекламодавців, виробників розважальних продуктів або медійні організації, що створюють повідомлення» [98, с. 293]. У нашому дослідженні увага зосереджена на тому, якими українські та російські медіа бачать компромісні інтерпретації подій, що задовольнятимуть і їхніх власників, і будуть прийнятними, зрозумілими в українському та російському суспільствах.

1.3. Медійний наратив як репрезентація соціокультурних смислів

Обґрунтовуючи наявність соціокультурних смислів у контенті ЗМІ (йдеться, зокрема, про текстовий), маємо з'ясувати, яким чином ці смисли в нього «вбудовуються».

Інтерпретація тієї чи іншої події виражається в медіатексті на різних рівнях. Просторове або часове (якщо мова про радіо чи телебачення) розташування, вибір жанру, обсяг можуть свідчити про більшу чи меншу суспільну значимість події, її повторюваність чи винятковість. Рубрики та заголовки вказують, у якому аспекті варто сприймати повідомлення. Більше того, сама поява повідомлення про певну подію вже свідчить про її більше значення в порівнянні з усіма іншими подіями, про які не було сказано у виданні.

На думку Б. Потятиника, якщо поняття інтерпретації (у значенні «роз'яснення», «тлумачення») «спроєктувати на масову комунікацію, то там воно радше буде асоціюватися з аналітичними коментарями, а не з інформацією типу хронікальних повідомлень. Проте насправді «гола», без будь-якого аналізу і без будь-яких оцінок інформація теж виконує інтерпретуючу функцію. Щонайменше, вона говорить нам, що є важливого у світі, що заслуговує нашої уваги, над чим слід замислитися. А це і є різновидом інтерпретації» [66, с.104]. Така функція ЗМІ, як відомо, отримала назву встановлення порядку денного: у світі щодень стається незліченна кількість подій, але місце в медіа відводиться далеко не кожній із них, через що ЗМІ зосереджуються на обмеженій кількості тем [19, с. 62]. Отже, встановлення порядку денного – це фокусування уваги громадськості на одних проблемах та ігнорування інших. Проте повідомити аудиторії, які теми варто обговорювати – це лише перший етап стратегії медіа, другий пов'язаний із тим, яким чином буде представлена інформація з цих тем [132, с. 8]: яка динаміка їх висвітлення, як підібрані коментарі, які питання порушені, як вони впорядковані й т. д. Від цього залежатиме, як

представлена інформація буде засвоєна аудиторією і, в результаті, якою мірою медіа матимуть вплив на визначення соціальної реальності [132, там само].

Запропоноване в ЗМІ тлумачення події може розкриватися глибше в наративних особливостях текстів. За висловом О. Ярської-Смірної, люди осмислюють свій досвід, відливаючи його у форму наративу [102, с. 60].

Щодо наративності медійних публікацій існують різні думки: частина дослідників переконана, що не всі публікації ЗМІ є наративами, а лише найбільш наближені до художнього твору – за класифікацією, прийнятою в Україні, це тексти художньо-публіцистичної групи жанрів, в англійській науковій літературі їх називають «soft news». Інші вважають, що всі тексти ЗМІ є наративами, хоч і створеними з використанням різних дискурсивних технік. При цьому, як зазначає Х. Фултон, наративи ЗМІ відрізняються від художніх наративів зазвичай невпорядкованою хронологічною структурою та нестачею причинно-наслідкової зв'язності. Однак «це виразні наративи, оскільки вони сформовані як історії або міфи про світ, яким він є» [122, с. 242]. Вочевидь, причина розбіжностей в різних ознаках наративного тексту, якими обґрунтовують свої переконання ці вчені, спираючись на теоретичні набутки різних галузей знань.

Як відомо, наратологічний підхід вважається вкоріненим у теорію літератури, а ґрунтовно розробляти його почали представники російського формалізму (В. Веселовський, В. Пропп, В. Шкловський) та французького структуралізму (Ц. Тодоров, Ж. Женетт, Р. Барт, К. Бремон, А.-Ж. Греймас). Широко застосовуватися в гуманітарних науках він починає з часів так званого «наратологічного повороту» 1980-х років. Відтоді наратив стали визнавати невід'ємною складовою людського життя, сутнісною характеристикою людини. До нової теорії починають звертатися в психології, психіатрії, історії, філософії, соціології. У теорії комунікації «наративну парадигму» висунув В. Фішер у 1984 році. Принципи цієї теорії такі: 1) людина – *homo narrans*, оповідач за своєю суттю; 2) формою

міжлюдської комунікації й прийняття рішень є так звані «гарні пояснення» («good reasons»), різні за формою залежно від комунікативних ситуацій, жанрів і медіа. «Гарні пояснення» В. Фішер потрактовує як «матеріал» історії, у якій реалізується природа людини – тварини, здатної мислити й оцінювати; 3) продукування й застосування «гарних пояснень» обумовлюється особливостями історії, культури, біографії, характеру особистості тощо; 4) раціональність людини визначається її наративною сутністю, властивим їй знанням «наративної правдоподібності» й «наративної точності» (узгодженості нових історій з уже пережитими); 5) світ – це набір оповідей, серед яких ми обираємо відповідні нашим цінностям і віруванням, щоб у процесі постійних змін забезпечувати собі самовідтворення [120, с. 7–8]. Таким чином, «гарні пояснення», крім того, що задовольняють наративну раціональність і когерентність («наративну правдоподібність» разом із «наративною точністю»), відрізняються від «поганих» своїм входженням у соціокультурний контекст аудиторії.

Однак не всі дослідники поділяють думку, що саме в теорії літератури коріння терміну «наратив».

Саме поняття наративу й ознаки наративності, як спостеріг М. Гюварінен, рідко обговорювалися в межах наукових напрямів, для яких цей термін став ключовим від початку «наративного повороту» [128, с. 27]. На його думку, це пов'язано з тим, що термін не був запозичений і адаптований різними гуманітарними науками з теорії літератури, а увійшов у їхнє користування як «повсякденне» слово.

Така обставина дає простір для спекуляцій щодо дефініції наративу, однак у поглядах представників різних напрямів неважко помітити низку повторюваних міркувань.

По-перше, стверджується, що наратив – це розповідь, що має початок, середину й кінець, тобто елементи, про які писав ще Аристотель [5, с. 156]. Це нехитре, здавалося б, спостереження висвітлює важливий аспект: наратив має початок, середину й кінець на відміну від зображеної в ньому

недискретної реальності. Людина не в змозі взяти до уваги все різноманіття процесів, що відбуваються навколо, а ті, що потрапляють в її поле зору, потребують упорядкування, встановлення зв'язків одне з одним, щоб скластися в більш-менш цілісну мапу, яка б дозволила орієнтуватися в реальності, мислити, говорити й діяти. «Наратив означає конфігурацію, – пише М. Гюварінен, узагальнюючи думки видатних теоретиків Л. Мінка, Г. Уайта й П. Рікера, – отже, протилежні йому поняття – хаос і випадковість» [128, с. 25]. За його допомогою, як і за допомогою категоризації, людина впорядковує свій досвід, однак, як зазначає Дж. Брунер, формальна категоризація, відноситься до науково-логічного, абстрагованого мислення, а наративізація – спосіб упорядкування людиною свого життєвого досвіду, конструювання світу у формі оповіді [115, с. 97–101]. Щоб осмислити послідовність подій, людина об'єднує їх у знайомий уже сюжет і, виходячи потім із загального сюжету, може інтерпретувати кожен його елемент. Психолог вважає, що запропонована Г. Юнгом версія про зберігання в колективній пам'яті архетипних історій та міфів є «недоречною конкретикою». Ідеться, на його думку, про готовність чи схильність організовувати знання про соціальну реальність у наративну форму, сюжетні структури [114, с. 45]. Отже, наратив неможливий без вичленування із «потoku» реальності й упорядкування скінченної кількості елементів. Це стосується як художніх творів, так і журналістських, з тією лише різницею, що в першому випадку події беруться частково з уяви, а в другому – з соціальної реальності.

По-друге, відбір і конструювання завжди здійснюється з певної точки зору, тому вважають, що одним із основних вимірів наративу є фокалізація [97; 106; 129; 146]. За визначенням В. Шміда, фокалізація – це «створюваний зовнішніми та внутрішніми факторами вузол умов, що впливають на сприйняття й передавання подій» [97, с. 121]. Або, як пропонує М. Бал, це відношення між тим, «хто сприймає» і «що сприймається», яке й надає розповіді суб'єктивності [106, с. 8]. Об'єктом точки зору є не сама

розповідь, а події, що лежать в її основі. Таким чином, наративи – це версії, теорії реальності [129, с. 21, с. 26], суб'єктивно сконструйовані авторами. Але – на відміну від літературних творів – у ЗМІ точка зору не настільки індивідуалізована. З одного боку, тому що публікація – результат колективної праці, з іншого – через завдання поінформувати й переконати, а не самовиразитися. Тут збільшується необхідність враховувати характеристики аудиторії. «Як наратори, ми оцінюємо певні події з точки зору суспільних норм, очікувань і можливостей; суспільних ідей про раціональність і моральність, суспільних відчуттів доцільного й естетичного, – пишуть Е. Окс та Л. Кепп. – Таким чином ми пов'язуємо себе з іншими членами суспільства – живими і мертвими. Ми починаємо розуміти, підтверджувати й переглядати філософію життя» [146, с. 30].

По-третє, події впорядковуються в наративі у певній часовій послідовності, тому поряд із фокалізацією важливим виміром наративу вважається темпоральність. Хронологія викладу подій завжди відмінна від реальної хронології, по-перше, через вибірковість сприйняття й зображення подій, по-друге, через спеціальні прийоми – ретроспекцію, ретардацію тощо.

Ці три найчастіше згадувані дослідниками ознаки наративності (дискретність розповіді, фокалізація й темпоральність) властиві матеріалам ЗМІ. Тому, розуміючи наратив у значенні версії реальності, ми поділяємо думку, що всі медійні тексти презентують наративи, незалежно від жанру й типу наратора – дієгетичного (розповідача) чи екзегетичного (оповідача), наявності чи прихованості його голосу.

Наративи ЗМІ, на відміну від художньої літератури, мають важливу особливість, що полягає в їх унікальній рисі ««претендувати на (і часто сприйматися як) точне відображення реальності, хоча нам і відомо, що це лише культурна конструкція, яка спирається на наративні конвенції та повсякденні практики» [112, с. 5]. Така особливість тримається на «негласній домовленості» між автором та читачем [144, с. 212] вважати сказане в публікації правдою, так само, як між автором та читачем художнього твору

існує негласна домовленість вважати події вигаданими, хоча й пов'язаними певним чином з реальністю.

Яким же чином у наративах представлені соціокультурні смисли? Вони відображені якраз у самій структурі розповіді, в усіх її елементах та їх упорядкуванні.

Два способи такого впорядкування інформації та презентації новин у ЗМІ визначив М. Коман. Відповідно до першого – журналісти відбирають окремі вчинки акторів (учасників подій) і презентують як визначальні для осмислення ситуації. Ці вчинки мають вписуватися у певну знайому журналістові та його аудиторії схему. Так осмислення події стає для читачів швидким і необтяжливим. Відповідно до другого способу ЗМІ використовують культурно обумовлений наратив (знайомі читачам сюжети міфів, казок, літературних творів тощо) та ярлики, щоб, показавши незвичайність події, примножити її значення для суспільства [118, с. 50].

Таким чином, згідно з міркуваннями М. Комана, ЗМІ створюють «ритуалізовані», повторювані образи подій, зосереджуючись на специфічних діях, специфічних акторах та специфічних просторових і часових обставинах. Соціокультурні смисли закріплюються в текстах медіа як набір персонажів разом з їхніми функціональними та якісними характеристиками, які, переходячи з «серії» в «серію», із повідомлення в повідомлення, утримують інтерпретації теми в заданих рамках і надають логіку її розвитку. Виходить, це бачення пронизує кожен текст із теми, але не лежить на поверхні. Воно передається як особливий спосіб, «граматика» розповіді про події, що лежить в наративній площині медійного тексту.

Обговорюючи свого часу дискусійний термін «наративи, якими ми живемо», А. Макінтайр стверджував, що вони «мають водночас непередбачуваний і частково телеологічний характер» [138, с. 216]. Телеологічність проявляється і в ЗМІ, коли смислова граматика проектує себе на майбутнє. Наприклад, якщо подія інтерпретується як «головний герой проходить випробування», то звичною для читачів розв'язкою є

успішне завершення таких випробувань і досягнення героєм своєї мети. Якщо якийсь учасник події представлений шкідником, то очікуване для читача закінчення – покарання цього учасника й відновлення таким чином справедливості. Враховуючи, що життя непередбачуване, а читач очікує конкретного розвитку подій, створюється драматична напруга, яка й сприяє залученню читача, змушує його цікавитися, що відбудеться далі, слідкувати за продовженням теми, щоб перевірити, чи мав рацію у своїх здогадах.

Як вважає У. Еко, будь-який текст, навіть коли він не містить конкретної розповіді, тримає адресата в більшій чи меншій напрузі, змушуючи передбачати й очікувати завершення кожного незавершеного речення. Тим більше очікування вимагає наратив, бо змушує читача здогадуватися про загальний розвиток подій, що становлять фабулу, аж до самого фіналу розповіді [100, с. 361–363]. Можна припускати, що в читача медійних матеріалів така напруга ще більша, оскільки він сам не може прискорити розв’язку, як у випадку з книгою.

Теми тривалого висвітлення в мас-медіа (наприклад, тема трудової міграції в Росії, забезпечення газом України, українсько-російських відносин) потенційно нескінченні, тому телеологічність у них пов’язана не стільки з розвитком сюжетної лінії, скільки з реалізацією характеристик головних дійових осіб, які «кочують» із матеріалу в матеріал разом із набором приписаних їм функціональних та якісних характеристик. Тому виглядає справедливим твердження Дж. Кері, що новини – це не стільки інформація, скільки драма: «вона (медійна публікація) не описує світ, а зображає арену драматичних сил та дій; вона існує винятково в історичному часі; і вона запрошує нас до участі часто на основі опосередкованого розуміння наших соціальних ролей у цій драмі» [116, с. 17].

Наративність у мас-медіа науковці оцінюють двояко. З одного боку, представлена в ЗМІ логіка впорядкування фактів дає читачам можливість на певному рівні раціоналізувати реальність, увійти в курс події, сформулювати ставлення до неї, об’єднати розрізнені повідомлення в цілісне розуміння

ситуації. Навколо простого і зрозумілого уявлення про об'єкт світу легше консолідувати аудиторію.

З іншого боку, медійний засіб «уніфікує та гомогенізує реальність, створює спрощену картину світу» [31, с. 78]. Навколишня дійсність завжди багатша ніж той її відбиток, що залишається у свідомості журналіста, а в матеріал потрапляє ще менше інформації, ніж зібрав журналіст [123, с. 81]. І чим більшу аудиторію прагне охопити ЗМІ, тим більше необхідно спрощувати інтерпретацію події, відповідно до закону спілкування про зниження середнього рівня інтелекту зі збільшенням аудиторії [83, с. 102–103], або, як формулює Г. Почепцов, збільшення кількості споживачів тексту зумовлює більш узагальнену розповідь [68, с. 186]. Таке уявлення про подію буде легко сприйматися, розумітися, запам'ятовуватися і, відповідно, легко відтворюватися в повсякденному спілкуванні. Переказ може обростати деталями чи позбавлятися від них у процесі повсякденного спілкування, але «переглянути» кістяк здатні лише справжні інтелектуали, яких у суспільстві незначний відсоток. Тим більше за умов, коли інтерпретації однієї й тієї самої події, ситуації (теми) в різних ЗМІ будуть у своїй основі аналогічними. Однак спрощене розуміння проблеми небезпечне, оскільки може зашкодити її вирішенню. Наприклад, дослідники ролі наративу в політиці та його використання в ЗМІ Л. Бенет та М. Едельман дійшли висновку, що через наративи на політичні теми медіа примітивізують, ідеологізують уявлення суспільства, навішуючи одним політикам ярлики «героїв», іншим – «лиходіїв», одним – «гідних», іншим – «недостойних», а це, у свою чергу, ускладнює вирішення суспільних проблем [108, с. 158–159], оскільки самі проблеми зображуються так, щоб «розподіл ролей» зберігався.

Більше того, як показав у своєму дослідженні Дж. Комптон, самі журналісти перебувають під загрозою примітивізованого розуміння проблеми, запропонованого їм елітами [119], через що вся медіастратегія висвітлення певної теми може опинитися (і часто опиняється) під чийось маніпулятивним впливом.

Однак, незважаючи на всі небезпеки, наратив залишається невід'ємною формою впорядкування суспільного досвіду. Ще в праці Р. Барта 1966 року

стверджується, що розповідь в усьому багатстві форм існує від початку історії людства в усі часи й у всіх суспільствах, як саме життя [12, с. 196]. Про фундаментальне місце наративу в історії людства Г. Почепцов писав так: «Цивілізації зайняті трансляванням історій: горизонтально між сучасниками чи вертикально між різними поколіннями. Продаж історій чи обмін історіями лежить в основі людської цивілізації, бо це є найголовнішим віртуальним продуктом» [69]. Наративи мають онтологічне значення й «особливо активуються в конфліктних ситуаціях, коли кожна зі сторін просуває і захищає свій наратив. Одночасно наративи забезпечують переходи між різними станами соціосистем», – зазначає вчений. В одній зі своїх праць Г. Почепцов продемонстрував такий перехід на прикладі СРСР та пострадянських країн. За допомогою наративу ми одночасно і встановлюємо норми, і передаємо з плином часу, і змінюємо їх.

При цьому, як зазначає Г. Почепцов, наративи в масовій комунікації принципово не відрізняються від наративів у художній комунікації: і там, і там наявне прагнення показати випадкове як типове, тому і мас-медіа, і література породжують однаково міфологізовані інтерпретації дійсності. Часто у ЗМІ художня норма стає важливішою за норму достовірності, і реальний порядок фактів адаптується під вимоги художньої конструкції [68, с. 180], що не обов'язково значить, нібито журналісти свідомо перекручують дані. За таким принципом відбувається впорядкування людиною інформації, що надходить із зовнішнього середовища, і журналісти не становлять винятку. Проте, як зауважують Е. Бьорд та Р. Дарден, не варто робити з цього висновку, якого доходили радикальні постмодерністи, що журналістика навіть не має претендувати на правдивість. Навпаки, журналістові необхідно ще більш виважено підходити до вибору наративної моделі: виконуючи побажання своїх власників, він повинен розповідати найбільш правдиву версію події, тобто таку, що якнайкраще відповідатиме інтересам суспільства [111, с. 214]. Як бачимо, наративний підхід до медійного тексту

спричинив перегляд самого поняття правдивості в журналістиці – умовно кажучи, від абстрактної позаісторичної правди до правди соціокультурної.

Важливість адекватного інтересам суспільства підбору інтерпретаційних схем сьогодні зростає. Ще М. Маклюен передбачав, що в часи безпрецедентного збільшення виробництва й споживання інформації, людство постане перед необхідністю користуватися невеликим набором схем для її опрацювання [51, с. 413], а вже на початку нового століття стало зрозуміло, що в людей «редукується потреба осмислювати, змінювати світ» [35, с. 4]. Нам стає все складніше критично осмислювати увесь обсяг інформації, яку доводиться споживати, і ми все легше приймаємо на віру запропоновані нам інтерпретації світу. Тому попри міркування, що кожна людина осмислює об'єкти світу по-своєму, цілком реалістичними є наукові висновки, що від вибору журналістом оповідної структури залежить смисл, якого надасть події аудиторія [110, с. 335], а також спосіб, у який висвітлюватимуться надалі всі схожі випадки [156, с. 232] в певному соціокультурному середовищі.

Природне прагнення людини економити зусилля, зокрема й розумові, вимагає від мас-медіа підвищеної відповідальності й розуміння, відповідно до яких саме моделей вони представляють ту чи іншу подію і як ці моделі співвідносяться з іншими, поширеними в цьому самому інформаційному просторі, а також чи може така інтерпретація або неузгодженість інтерпретацій між різними джерелами масової інформації поставити під загрозу інтереси й життя суспільства. Особливо ж, коли йдеться про висвітлення міжнародних відносин.

1.4. Стратегія виявлення соціокультурних смислів у газетних публікаціях

Наше дослідження не претендує на з'ясування, як події були «викривлені» в дзеркалах українського та російського соціокультурних середовищ і як вони розгорталися «насправді», оскільки погоджуємося з В. Хеннінен, що такий перехід від розказаної історії до позатекстової реальності був би «епістемологічним стрибком» [126, с. 72]. Натомість маємо на меті виявити специфіку цих двох «правд» (враховуючи, що правдивість – одна з головних ознак фаховості журналіста), тобто спробувати пояснити, як тепер осмислюються відносини між Україною та Росією в українських та російських ЗМІ.

Отже, перспектива порівняльного дослідження в нашому випадку міжкультурна й покликана з'ясувати, зокрема, різницю між медіатекстами різних соціокультурних спільнот [126, с. 2].

Дослідження проводилося на текстових матеріалах українських та російських газет. Такий вибір пов'язаний із доступністю їхніх архівів, охопленням значної аудиторії завдяки дублюванню публікацій у паперовій та інтернет-версіях, а також менш складним аналізом порівняно, наприклад, із телебаченням, де залучено ширший комплекс семіотичних систем.

Ми звернулися до суспільно-політичних видань, що поширюються в загальнодержавних масштабах, тож орієнтуються на типових представників українського та російського суспільств й апелюють до близьких їм смислів (знань, вірувань, цінностей, норм). До аналізу залучалися як державні, так і недержавні ЗМІ різних власників, щоб знайти поле соціокультурних смислів, спільне для видань, що перебувають під впливом різних політико-економічних груп.

Серед українських газет ми обрали державну «Урядовий кур'єр» та комерційні «День», «Дзеркало тижня», «Україна молода», серед російських –

урядове видання «Российская газета», комерційні «Новая газета», «Независимая газета», «Московский комсомолец» та «Российская газета».

Методом контент-аналізу сформували вибірку публікацій, у яких висвітлюються українсько-російські відносини в різних сферах.

Ключовими для пошуку в українських виданнях стали слова Росія (та похідні від нього), Російська Федерація, РФ, географічні назви, імена відомих представників Росії, творчих колективів, спортивних команд, назви російських підприємств («Газпром», «Гідромашсервис»), установ (Дума, Росспоживнагляд), закладів (Щукінське училище, Ермітаж), міжнародних проектів, у яких беруть участь Україна та Росія (Митний союз, «Морський старт»), СРСР в одному контексті зі словом Росія чи похідними, Російська імперія, а також інші лексеми, прецедентні тексти, синонімічні до вищезазначених ключових слів.

У російських газетах ключовими словами пошуку стали слова Україна (та похідні від нього), імена відомих представників України, творчих колективів, спортивних команд, географічні назви, назви українських підприємств («Нафтогаз», «Енергоатом»), установ (Верховная Рада, Кабинет Министров Украины), закладів, міжнародних проектів, у яких беруть участь Україна та Росія (Таможенный союз, «Морской старт» тощо), СРСР в одному контексті зі словом Україна чи похідними, Российская империя зі словом Україна чи Малороссия, синоніми до ключових слів.

У результаті пошуку в українських виданнях до вибірки, крім публікацій про українсько-російські відносини, потрапили також матеріали, у яких висвітлюються події, що стосуються Росії безвідносно до України, а до вибірки з російських газет – про Україну безвідносно до Росії. З одного боку, такі матеріали не характеризують українсько-російські відносини безпосередньо, з іншого – очевидним є факт, що формування порядку денного про життя іншої країни, вибір подій серед усіх, що сталися за певний період, тематичного ракурсу, з якого показана подія, як і підбір експертів, відповідає редакційній політиці видання, а значить, подається з позиції

української чи російської сторони. Тому дотримуємося думки, що навіть матеріали категорії «винятково про Україну» чи «винятково про Росію» доцільно вважати складовою теми українсько-російських відносин і включити у вибірку для подальшого аналізу.

Відібрані публікації ми розподілили за чотирма групами: 1) повністю присвячені темі українсько-російських відносин; 2) частково (розділ, абзац, але орієнтовно не більше половини обсягу матеріалу); 3) побіжно (лише словосполучення або речення з ключовим словом); 4) лише про Україну (для російських ЗМІ) або лише про Росію (для Українських ЗМІ).

У випадку, коли вживалося лише ключове слово, матеріал відбирався за умови, що увесь текст (або його частина) стосувався між іншим і цього слова. Так, наприклад, ми зараховували матеріали про життя мігрантів у Росії, серед яких названо й українців. Водночас не бралися до аналізу публікації зі статистикою у сфері економіки України за певний період, де лише вказувався показник зовнішньоторговельного обороту з Росією.

До подальшого опрацювання залучалися лише матеріали, повністю або частково присвячені взаєминам України та Росії, оскільки публікації, де автори торкалися питання побіжно, у сукупності засвідчують певні тематичні тенденції, проте українсько-російські відносини характеризують невиразно.

Першим етапом ми проаналізували теми, у світлі яких були представлені відносини двох країн у російських та українських ЗМІ. Якщо публікація присвячена українсько-російським відносинам лише частково, то розглядалися теми, порушені у відповідному фрагменті тексту. Дані про теми матеріалів вносилися до загальних таблиць реєстру публікацій за кожним із вісьмох видань. За умови, коли в тексті чи його фрагменті було порушено кілька тем, у таблиці вони всі вказувалися.

Далі підраховувалася частота звертання газети до кожної з тем. Дані представлені в таблицях із розподілом за категоріями публікацій – «повністю», «частково» присвячені українсько-російським відносинам, «лише про Росію» або «лише про Україну». Розрізнення категорій

«повністю» та «частково» було необхідним для подальшого складання рейтингу тем: за умови, коли частота згадувань кількох тем виявлялась однаковою, вище положення займала та, у якій більше матеріалів із категорії «повністю».

Після кількісного аналізу за допомогою описового методу було розкрито основні тенденції висвітлення кожної з тем окремо за виданнями, зроблено висновок про тематичні особливості українських і російських ЗМІ та складені два підсумкові тематичні рейтинги – за українськими та за російськими виданнями.

Аналогічним чином (кількісний аналіз, опис тем, підсумкові рейтинги) розглянули висвітлення держави-сусіда в кожній із держав.

На другому етапі ми спробували визначити й порівняти соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія, тобто інтерпретації окремих подій зі сфери українсько-російських відносин, повторювані у виданнях кожної з країн. При цьому спиралися на наративні особливості журналістських публікацій (див. підрозділ 1.3.).

Звісно, порівнювати відображені в ЗМІ уявлення про міждержавні відносини можна багатьма способами, звертаючи увагу на різні аспекти публікацій, але найбільш «концентровано» уявлення проступають в характеристиках самих держав як персоніфікованих учасників цих відносин. Тому ми здійснили спробу відштовхнутися від схильності мас-медіа персоніфікувати країни й представляти їх як дійових осіб.

За визначенням З. Кьовечеша «персоніфікацію можна розуміти як форму онтологічної метафори. При персоніфікації людські якості надаються сутностям, які не є людьми. ... Персоніфікація використовує найкращий вихідний домен, який ми маємо – нас самих [133, с. 39].

Однак на заваді обґрунтованому дослідженню характеристик, якими наділяються персоніфіковані країни, стає проблема теоретичного та практичного розмежування цього художнього засобу як виду метафори від метонімії. Дослідник висвітлення міжнародних відносин у ЗМІ П. Твардзіш

зазначає, що в багатьох випадках при вживанні назви країни проблематично визначити об'єкт метонімії, тобто сутність, позначену через цю назву – уряд, громадян, якусь окрему державну установу тощо [153, с. 5]. Тому, говорячи, що в певному випадку слово «Україна» чи «Росія» вжите на позначення назви держави, ми вдаємося до умовного формулювання. До того ж, в українській мові розрізняються поняття «держави» й «країна», а в російській – «страна», «держави» й «государство» [11, с. 13]. Тут даються взнаки відмінності між мовними концептосферами, тому ці нюанси лише розширюють множину об'єктів, що можуть матися на увазі при вживанні назви країни.

У зв'язку з труднощами, на які вказав П. Твардзіш, ми вважаємо доречним скористатися запропонованим науковцем альтернативним підходом, а саме – взяти до уваги два основні типи вживання назв країн – назви-середовища («names-settings») та назви-учасники («names-participants») [153, с. 5]. У першому випадку, більш поширеному, за даними його дослідження на матеріалі журналів «The Economist» та «Newsweek», «назви держав позначають середовище, у якому розвиваються події». У другому – «назви держав постають у більш активних ролях – ролях учасників». Ці «семантичні розширення», за спостереженням П. Твардзіша трапляються повсюди, тому запропонований поділ дозволяє робити хоч і «більш загальні, але й більш адекватні та менш довільні висновки».

Незважаючи на те, що назв-середовищ трапляється набагато більше, для читачів базовим усе ж є сприйняття держави як актора, у значеннях і «той, хто діє», і «той, хто грає в театрі / кіно» [153, с. 3].

Зрозуміло, що конкретного доступного сприйняттю об'єкта, а тим паче, особи з ім'ям Україна чи Росія не існує. Навіть якщо беремо за основу реалістичний підхід до розуміння міжнародних відносин (коли їх суб'єктами вважаються не люди, а держави), то держава як суверен сама по собі є абстрактним поняттям. Функції держави реалізуються через конкретні закони, інституції, окремих осіб, але як історичний діяч вона фіктивна, а

фіктивний персонаж, як пише теоретик наратології В. Шмід, робить фіктивними і ситуації, у яких він бере участь, і дії, які виконує [97, с. 33]. Фікційність, стверджує вчений, послаблює безпосередній стосунок твору до дійсності та спрямовує увагу читача на внутрішню референтність, художню побудову розповіді. [97, с. 28]. Такий момент «відволікання» читача зручний для мас-медіа з багатьох міркувань. Завдяки семантичному розширенню «назва-учасник» можна значно спростити виклад матеріалу для масового споживача, оскільки відпадає потреба деталізувати, який посадовець чи дипломат з керівництвом якої установи зустрівся, який саме документ підписав, яким чином відбувається взаємодія між різними державними структурами й підструктурами, хто розпорядився, хто виконав і хто відповідає за певну дію. Такий підхід, до того ж, скорочує обсяг тексту, що вигідно і в газеті, і на телебаченні, і на радіо, а також може маскувати нестачу зібраної журналістом інформації. Крім того, «назва-учасник» дозволяє маніпулювати: змістити увагу з виконавця дії, особливо якщо передбачається її негативна оцінка суспільством, на саму дію чи подію, оскільки звинувачувати абстрактну Україну, по-перше, не результативно, по-друге, читач як громадянин України в питаннях міжнародних відносин ідентифікуватиме себе з нею (у той час як з конкретним діячем людина себе зазвичай не ідентифікує), а значить, прагнучиме самовиправдатися. З цієї ж причини необережне використання назви країни як учасника несе небезпеку розпалювання міжнаціональної ворожнечі. Наприклад, повідомлення «Росія блокує українські товари на кордоні» автоматично поширює відповідальність влади на всіх росіян і накидає негатив на все, що читач пов'язує з Росією. Така функціональність назв країн як учасників подій потребує підвищеної уваги до соціокультурних смислів, що в них вкладаються.

Отож, можемо конкретизувати запитання: які саме ролі, відповідно до інтерпретацій мас-медіа, розрахованих на українську та російську аудиторії, виконують учасники подій Україна та Росія? Особливості ж стають виразнішими при порівнянні текстів, створених у різних соціокультурних

середовищах: «...лише зіткнення двох кодів може проявити семіотичний об'єкт, оскільки наявність лише одного коду не дає можливості розглядати його як умовний варіант зв'язку між формою і змістом», – пише Г. Почепцов [68, с. 16]. За такого підходу зручно було б використати єдину опорну схему, за якою можна з'ясувати функції тієї чи іншої країни в дискурсах українських та російських ЗМІ. Важливо, щоб ця схема: по-перше, давала можливість аналізувати не стільки мовний, скільки смисловий бік текстів; по-друге, стримувала домисли аналітика й дисциплінувала науковий пошук, що завжди актуально для якісного аналізу; по-третє, була не надто громіздкою й давала можливість через формалізоване представлення результатів ясно побачити різницю в смисловому наповненні публікацій, що порівнюються.

З таких міркувань ми обрали в якості інструменту дослідження актантну модель А.-Ж. Греймаса. Вчений створив її методами семантичної логіки із 32 актантів та кругів їхніх дій, характерних, за В. Проппом, для російської народної казки [70] та шести тематичних сил драматичного твору, виявлених Е. Суріо. Актантний аналіз – це лише елемент методики вченого, названої «нарративна семіотика», або «структурна семантика», яку вважають найбільш формалізованим і регламентованим варіантом нарративного аналізу [86, с. 172].

Текст у семіотиці постає в єдності двох структур – поверхневої, безпосередньо доступної сприйняттю й представленої лексикою та синтаксисом, а також глибинної, що «складається з норм, цінностей та установок, універсальних у тому, що відображають у тексті ціннісні та нормативні структури специфічних соціальних систем» [86, с. 174–175]. Наративна ж структура, як пояснює А.-Ж. Греймас, перебуває між цими двома рівнями. Саме на нарративному рівні можна віднайти характерні для певної спільноти інтерпретації подій (соціокультурні смисли) і саме через цю сферу надалі можливо дійти до глибинної структури.

Аналіз наративної структури полягає в описі актантів, а також ізотопів місця й часу, які визначають розгортання сюжету. Однак у медійному тексті, на відміну від літературного твору, автор не в змозі обирати місце й час події та рідко їх детально описує, за винятком хіба що репортажів чи матеріалів художньо-публіцистичних жанрів. Принципові розбіжності між виданнями тут малоймовірні, тому й зосередилися ми саме на актантному аналізі.

За визначенням автора терміна Л. Теньєра актанти в лінгвістиці – «живі істоти або предмети, які беруть участь у процесі в будь-якій якості, навіть у якості простого статиста, і в будь-який спосіб, навіть у найбільш пасивий». Актанти виражаються іменниками або їх відповідниками і безпосередньо підпорядковуються дієсловом [85, с. 117, с. 121].

Запозичивши термін у Л. Теньєра, А.-Ж. Греймас запропонував таку дефініцію: актант – предмет або істота, яка діє чи над якою виконується дія; у структурі наративу це тип формальної одиниці наративного синтаксису, який ще не має семантичного й ідеологічного наповнення [27, [с. 483](#)]. На цьому рівні, відповідно до міркувань А.-Ж. Греймаса, актант у тексті може бути представлений не лише конкретним, а й абстрактним поняттям, дієслівним словосполученням тощо. Таких актантів дослідник визначив шість:

- суб'єкт – дійова особа, навколо якої розгортаються події, синонімічно – головний герой розповіді;
- об'єкт його бажання, пошуку, який водночас є й об'єктом комунікації; особа, предмет чи інша цінність для суб'єкта, на заволодіння якою спрямовані всі його дії;
- відправник (адресант) – особа, сила, обставина, що змушує, закликає героя вирушати на пошуки об'єкта й діяти у процесі пошуку за певними правилами;
- одержувач (адресат), якому герой має передати знайдений об'єкт;
- помічник героя – сила, яка підтримує його в пошуках об'єкта;
- опонент (супротивник), який чинить перешкоди героєві.

На думку А.-Ж. Греймаса, помічник та опонент не є повноцінними актантами – це «обставинні партисипанти», проекції волі до дії самого суб'єкта й перепон, які уявляє він на шляху до реалізації бажання [26, с. 163].

Актанти організовані за трьома осями: суб'єкт – об'єкт, відправник – об'єкт – адресат і помічник – суб'єкт – опонент. Схематично модель має такий вигляд (Рис. 1):

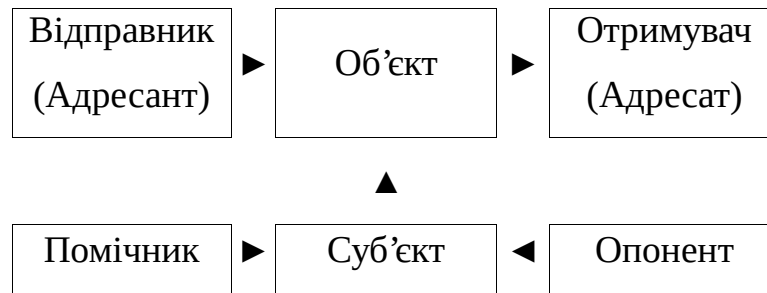


Рис. 1. Актантна модель А.-Ж. Греймаса

У рамках нашого дослідження актантну модель можна визначити як взятий в аспекті функціональних характеристик дійових осіб і представлений схематично стислий зміст журналістської розповіді, що водночас є, перефразовуючи Ю. Степанова, «планом», «прообразом» задуманої до створення майбутньої розповіді [81, с. 604].

Виконавець, який втілює в кожній окремій розповіді того чи іншого актанта (роль, функцію), називається актором. Актанти, на відміну від акторів, мають «металінгвістичний статус» [26, с. 156]. Так, у нашому дослідженні основні актори, за функціональними характеристиками яких ми слідкуємо, – це Україна та Росія.

За твердженням А.-Ж. Греймаса основна гіпотеза актантної моделі як «одного з можливих принципів організації семантичного універсуму» полягає в тому, що всі виявлені в певному корпусі функціональні характеристики актанта зводяться воєдино й утворюють його (актанта) семантичне наповнення. Це означає, що сукупність встановлених таким чином актантів, якими б не були відношення між ними, є репрезентативною

для всього їх корпусу [26, с. 155].

Останнім часом актантна модель А.-Ж. Греймаса все частіше застосовується в дослідженнях процесів соціальної комунікації. Наприклад, А. Тарабанов та В. Тарабанова використали її для формалізації множини фінансових ідеологій, що циркулюють у глобальному медійному середовищі [152], М. Лазаро та П. Бакалао досліджували за її допомогою репрезентації соціальних мереж в іспанських мас-медіа [134], М. Урбан та Р. Хестанов – послання президента Російської Федерації Д. Медведєва Федеральним зборам 2010 року [89], П. Аарва й М. Тампере – популяризацію здорового способу життя у ЗМІ [103], М. Бондарик – образ достойного життя в російських ЗМІ [18]. Як і всі згадані вище дослідники, ми, на відміну від А.-Ж. Греймаса, не онтологізуємо актантну модель, а використовуємо в постструктуралістському розумінні – лише як інструмент аналізу.

Звісно, ця модель прийнятна в першу чергу для художніх наративів, де чітко простежується розгортання фабули, тому вона має застосовуватися до медіатекстів із застереженнями, зважаючи на їхні особливості.

По-перше, оповідь у ЗМІ скінченна як окремий матеріал, але може бути нескінченною як тема, отже, теми потенційно незавершені: кожна окрема стаття – це «серія», пов'язана з іншими серіями набором головних дійових осіб (Росія, Україна) та певною смисловою єдністю (знань про подію, оцінок). Відтак і актантів можна визначати як для окремих матеріалів, так і для всього тематичного дискурсу видання. Припускаємо, що саме відтворюючи цю модель від серії до серії, виданням вдається зберігати смислову тяглість теми і незмінність редакційної позиції щодо неї.

По-друге, публікації в медіа еkleктичні – побудовані зі смислових уривків: зазвичай «серії» містять цитати учасників подій, експертів, тобто додаткові до журналістського «голосу», кожен із яких розповідає про подію з іншого ракурсу, з новими або по-новому показаними деталями. «Концепція об'єктивності передбачає перевірку інформації, але верифікація часто полягає лише в підтвердженні, що хтось дійсно сказав щось, – зауважує

Е. Бьорд. – Цитата, представлена в ЗМІ сама по собі стає «фактом»... Джерела створюють історії, і легенда перетворюється на новинну інформацію» [109, с. 150]. Різноманітність і спрямування думок, які висловлюють «голоси», мають значення, оскільки саме їм дозволили «звучати» в наративі, започатковуючи обговорення події [131, с. 35]. Через «багатоголосність» журналістського тексту вважаємо доцільним застосовувати її для кожного «голосу», якщо в його висловлюванні вживалися: обидві назви-учасники Україна та Росія; лише назва-учасник Україна в поєднанні з синонімами учасника Росії чи її представниками (РФ, Москва, білокам'яна, Кремль, В. Путін, Держдума, МЗС РФ, «Спартак», росіяни тощо); лише назва-учасник Росія в поєднанні з синонімами України-учасника чи її представників (Київ, Банкова, В. Янукович, Верховна Рада, «Шахтар», українці тощо).

Додаткові «герої» мають значення, оскільки, як зазначає В. Блум, читачі зазвичай ідентифікують учасника, про якого йдеться в міжнародній новині, з усією нацією чи країною. Наприклад, символічно те, що трапилося з індонезійським туристом, японською компанією або танзанійським міністром, сприймається й відкладається в досвіді як характерне для всієї національної групи [113, с. 86]. Урахування цих учасників значно доповнює картину українсько-російських відносин.

При заповненні актантної схеми подекуди неможливо встановити всіх шістьох актантів. Однак А.-Ж. Греймас вважав, що теоретично відсутність актанта дуже сумнівна: зазвичай вона тимчасова й використовується як драматичний ефект, створюючи напругу в читача, що відповідна дійова особа ось-ось з'явиться.

Автор моделі допускав і синкретизм актантів в одному акторі. Наприклад, у казкових наративах зазвичай суб'єкт і одержувач – це один персонаж (герой, який на прохання короля-відправника шукає принцесу-об'єкт, сам з нею й одружується). Можливий і зворотній варіант, коли функції одного актанта розподілені між кількома акторами [26, с. 167–168].

А.-Ж. Греймас припускав, що такі особливості можуть мати жанротворчу силу.

У випадках неоднозначного трактування фрагмента публікації ми склали кілька альтернативних моделей для одного фрагмента [28, с. 201].

Далі перед нами постало завдання виявити тенденції в цих моделях – спершу для кожного з вісьмох видань, потім – окремо для українських та окремо для російських. Шукати абсолютно ідентичні повторювані моделі було б, на нашу думку, помилково, оскільки тоді доводиться відкинути 70-80% зібраного матеріалу. Навряд чи така генералізація стала б репрезентативною для всього корпусу. Залучити більше матеріалу можливо, якщо відстежувати не всі шість актантів у комплексі, а лише найчастіше відтворювану вісь (наприклад, «суб'єкт – об'єкт» або «відправник – суб'єкт»), частоту ж повторення решти актантів виразити в числах або відсотках.

Кожну тематичну групу вихідних моделей за кожним із видань ми вносили у дві підсумкові схеми, для зручності названі нами росієцентричною (для моделей з головним героєм Росією) та україноцентричною (головний герой – Україна). У кожному з актантів підраховувалася кількість згадувань того чи іншого актора, а самі актори групувалися в смислові блоки. Завдяки такій процедурі стають очевидними закономірності в низках моделей. Таким чином, на кожному з найбільш актуальних тем за кожним із видань припадає по дві підсумкові моделі.

Після цього ми визначали, як співвідносяться між собою україноцентрична та росієцентрична підсумкові моделі, порівнювали, наскільки різняться актантні моделі українських та російських видань, присвячені одній темі, які конфлікти покладають в основу тієї чи іншої теми українські й російські ЗМІ та чи проявляють вони єдність у висвітленні теми.

У результаті наступного етапу синтезу схем отримали чотири домінантні моделі – дві для українських видань (одна україноцентрична і одна росієцентрична за всіма темами) і дві для російських, між якими й

шукали спільні та відмінні риси у виборі акторів, їх взаємному розміщенні в актантній схемі. При цьому ставили такі запитання: яке місце належить Україні та Росії в отриманих моделях? хто постає головними героями в українських та російських наративах про відносини країн, чого вони прагнуть? якими постають загальні уявлення про українсько-російські взаємини в ЗМІ цих соціокультурних спільнот? що об'єднує й різнить такі інтерпретації?

Отже, для формування вибірки ми застосовували методи контент-аналізу й класифікації; для обробки корпусу – описовий метод при розгляді тематичного наповнення; актантний аналіз за А.-Ж. Греймасом – при поглибленому вивченні текстів; а при виведенні домінантних моделей – синтез, індукцію, узагальнення, порівняння.

Висновки до розділу 1

Проблема висвітлення українсько-російських відносин у ЗМІ України й Росії виявилася дослідженою в багатьох аспектах, однак запропонований нами ракурс – соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія – розглядається вперше.

Смисл і концепт – поняття неоднозначні, але пов'язані між собою. Концепт розглядаємо як узагальнене, цілісне уявлення про об'єкт, створене на основі власного досвіду, який враховує весь спектр людських раціональних та ірраціональних проявів, а також ментальної оцінки, яка ґрунтується на суспільній практиці. Смисли – окремі уявлення про об'єкт, які актуалізуються у висловлюваннях про нього. Співвідношення між цими поняттями розуміємо так: смисл – це елемент змісту концепту, а концепт – свого роду сукупність смислів.

Соціокультурні смисли концептуальної моделі, які досліджуємо в нашій роботі, – це тлумачення (знання, уявлення про об'єкти світу: людей, предмети, явища, процеси, події, ситуації тощо), характерні для певного суспільства в певний період і повторювані упродовж нього в багатьох текстах, зокрема й медійних. Соціокультурні смисли становлять ніби негласний суспільний консенсус щодо трактування якоїсь події, спільний фундамент, на основі якого можуть будуватися індивідуальні різночитання. Соціокультурні смисли концептуальної моделі Україна-Росія постають як відносно стійкі упродовж певного періоду моделі висвітлення взаємин України та Росії, прийнятні для видань хоч і різного ідейного спрямування, але розрахованих на представників одного суспільства.

Нами використаний один із способів дослідження соціокультурних смислів концепту в ЗМІ – наративний аналіз. Журналістський текст є в своїй основі наративним, тобто оповідним, у ньому завжди відбувається упорядкування досвіду, пропонується сконструйована версія реальності, для

якої відібрані специфічні актори, окремі їхні дії та визначені просторові й часові обставини.

У межах медійного дискурсу про українсько-російські відносини ключовими акторами в наративній площині текстів українських і російських мас-медіа постають Україна та Росія у випадках, коли ці назви вживаються на позначення держав як учасників подій (через персоніфікацію чи метонімію), а не як місця дії.

Ці та інші (синонімічні) випадки вживань назв держав як учасників подій ми аналізували із застосуванням актантної моделі А.-Ж. Греймаса. Використання її дало можливість дослідити не окремо соціокультурні смисли концептів Україна чи Росія, а відносини між цими державами у висвітленні мас-медіа. З нашої точки зору актантна модель є релевантним інструментом дослідження, оскільки дозволяє з'ясувати відношення між такими акторами медійних наративів, як Україна та Росія, охарактеризувати цю взаємодію і представити її у схематизованому вигляді.

РОЗДІЛ 2

ТЕМАТИЧНІ АСПЕКТИ ВИСВІТЛЕННЯ УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКИХ ВІДНОСИН

2.1. Українсько-російські відносини на сторінках українських видань

У результаті відбору матеріалів в українських газетах за ключовими словами (див. п. 1.3) ми отримали вибірку із 1819 публікацій, що повністю або частково присвячені темі українсько-російських відносин, а також висвітлюють лише Росію. З них 751 належать «Дню», 230 – «Дзеркалу тижня», 591 – «Україні молодій» і 247 – «Урядовому кур'єру».

Розподіл кількості матеріалів за виданнями представлений у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Інтенсивність висвітлення українсько-російських відносин в українських виданнях

Видання	Матеріалів, присвячених повністю	Матеріалів, присвячених частково	Лише про Росію
«День»	354	239	158
«Дзеркало тижня»	85	120	25
«Україна молода»	144	259	188
«Урядовий кур'єр»	80	163	4

У цьому підрозділі ми розглянемо тематику публікацій першої та другої груп (повністю та частково присвячені українсько-російським відносинам) в українських газетах, оскільки, відповідно до теорії встановлення порядку денного, навіть якщо піддати сумніву здатність ЗМІ нав'язувати аудиторії точку зору, то не викликає сумнівів їх можливість

впливати на вибір аудиторією тем для обговорення в повсякденному спілкуванні.

Тематику українських видань щодо питання українсько-російських відносин ми представили в таблицях 2.2, 2.3, 2.4 та 2.5.

У виданні «День» спостерігається найбільша різноманітність тематики у порівнянні з іншими українськими газетами (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Тематика висвітлення українсько-російських відносин у газеті «День»

№ п/п	Назва теми	Повністю (з 241)	Частково (з 354)	Частота звертання до теми (% , округлено до цілих)
1.	Україна – ЄС / Україна – МС	83	23	18
2.	Історія	39	49	15
3.	Питання газових поставок з Росії та створення газотранспортного консорціуму	41	23	11
4.	Медіа, інформаційний вплив Росії на Україну, російська пропаганда	28	25	9
5.	Суспільство	24	16	7
6.	Культура	8	29	6
7.	Торгівля	23	-	4
8.	Політика в цілому	14	5	3
9.	Співпраця у важкій промисловості	12	3	3
10.	Релігія, церква	9	7	3
11.	Українська та російська мови в Україні	3	14	3
12.	Спорт	9	4	2
13.	Євромайдан	9	-	2
14.	Загибель українців від рук росіян	9	-	2
15.	«Русский мир», імперські амбіції Росії	5	7	2
16.	Чорноморський флот Росії в Севастополі	8	-	1
17.	Відносини президентів В. Путіна та В. Януковича	8	-	1
18.	«Рука» Росії в українській політиці й житті суспільства	8	-	1
19.	Образ національної гідності	4	3	1
20.	Участь України й Росії в Придністровському конфлікті	3	4	1
21.	Крим	5	1	1

Акцент зроблено на гуманітарних питаннях. Якщо йдеться про вибір Україною інтеграційного напрямку, то переважно наголошується на

соціокультурному аспекті такого вибору, різниці між Європою та Росією як цивілізаціями з протилежними цінностями, методами державного управління й ставленням до особистості. Економічна складова, правовий аспект питання майже не висвітлені – ідеться про загальні тенденції покращання за умови асоціації з Європейським Союзом і «чергове СНД», а також про повернення в СРСР чи відновлення Російської імперії у разі приєднання до Митного союзу. Ці побоювання обґрунтовуються численними прикладами з історії. Матеріали, у яких аналізуються історичні події, присвячені в більшості СРСР (49%), зокрема подіям Великої вітчизняної війни, Голодомору, Норильському повстанню. Менша частка (22%) стосується часів Російської імперії, її негативного впливу на українську культуру (обговорювалися Емський указ, Валуєвський циркуляр, якими обмежувалося вживання української мови в суспільно важливих сферах) і становлення України як суверенної держави. Низка публікацій (11%) присвячені історії Хрещення Русі й оскаржують правомірність сьогоденішнього самопозиціонування Росії, яка прагне святкувати 1025-річчя цієї події спільно з Україною.

Продовження негативного впливу редакція газети «День» бачить у інформаційній експансії РФ, зумовленій значним обсягом російської медіапродукції в українських ЗМІ, підтримкою державних інтересів Росії багатьма медіа, що належать українським олігархам, зацікавленим у зв'язках із сусідньою країною. Розвінчується російська пропаганда в Україні та щодо України, порівнюється рівень свободи слова й доступу до правдивої інформації в сусідніх державах.

Значна кількість матеріалів присвячена суспільству й культурі. Ці теми часто невід'ємні від мовного питання в Україні та політичних ігор. «День» стурбований ставленням до рідної мови, особливо на півдні та сході країни, впливом політичних інсинуацій на відносини між українцями та росіянами. У виданні високо оцінюються здобутки найрізноманітніших сфер російської культури – фольклору й авторської літератури, кіно, балету, живопису,

скульптури, театру, музики. Серія публікацій присвячена знаковим фігурам у цих царинах – Л. Гумільову, С. Єсеніну, Н. Горбаневській, Н. Макаровій.

Тема торгівлі між країнами представлена в основному обговоренням так званих «торговельних воєн» – м'ясної, шоколадної, порцелянової (86%).

У кількох матеріалах ідеться про співпрацю у сфері важкої промисловості – машинобудуванні, літакобудуванні, ремонті кораблів.

У публікаціях на тему релігії йдеться про складні відносини між УПЦ КП, УПЦ МП та РПЦ. У низці матеріалів висвітлено святкування 1025-річчя Хрещення Русі, зокрема приїзд президента РФ В. Путіна та патріарха Кирила. Критикується тісний зв'язок світської влади та церкви в Росії, одним із головних проектів яких є доктрина «русского мира». Патріотично налаштоване видання сприймає її вороже, вважаючи ідеологічним підґрунтям культурної, релігійної й політичної експансії Росії. У газеті «День» цей термін часто згадують і при висвітленні теми, яку ми назвали «"рука" Росії в українській політиці й житті суспільства». Російську «руку», або «п'яту колону» звинувачували в зриві асоціації України з Європейським Союзом та в протидії Євромайдану.

Тема спорту розкривається в коментуванні політичного підтексту створення об'єднаного чемпіонату СНД з футболу, участі українських спортсменів у зимовій олімпіаді в Сочі та Універсіаді-2013, що проходила в Казані.

Росія як країна, небезпечна для українців, зображена в 9 публікаціях: про вбивство українських рибалок в Азовському морі російськими прикордонниками, загибель українця в авіакатастрофі під Казанню та інші випадки. Сам по собі відсоток таких публікацій незначний, але підсилюється історичним блоком, показуючи, що з давніх часів Росія – місце, а росіяни – люди, які несуть загрозу українцям як культурну, політичну, так і фізичну.

У цілому газета «розшаровує» Росію, негативно показуючи її владу (теперішню і минулу) з імперськими амбіціями й високо оцінюючи культуру. При цьому «День» співпрацює з дослідниками, журналістами, громадськими

діячами, які поважають право України на самовизначення та критикують позицію Росії, і часто публікує їхні дописи або інтерв'ю з ними.

Видання «Дзеркало тижня» опублікувало значно менше матеріалів з теми українсько-російських відносин, що пов'язано з його тижневою періодичністю виходу, однак у відсотковому співвідношенні можна побачити риси схожості з «Днем» (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Тематика висвітлення українсько-російських відносин
у газеті «Дзеркало тижня»**

№ п/п	Назва теми	Повністю (з 85)	Частково (з 121)	Частота звертання до теми (%, округлено до цілих)
1.	Україна – ЄС / Україна – МС	41	41	40
2.	Питання газових поставок з Росії та створення газотранспортного консорціуму	25	19	21
3.	Історія	6	29	17
4.	Культура	1	21	11
5.	Торгівля	9	3	6
6.	Політика в цілому	5	2	3
7.	Суспільство	2	4	3
8.	Співпраця у важкій промисловості	4	3	3
9.	Економіка в цілому	6	-	3
10.	Євромайдан	1	4	3
11.	Медіа, інформаційний вплив Росії на Україну, російська пропаганда	-	5	3
12.	Релігія, церква	1	3	2
13.	Наука	-	4	2
14.	Чорноморський флот РФ у Севастополі	3	-	1
15.	Крим	3	-	1
16.	Українсько-російські відносини в цілому	3	-	1
17.	Українська та російська мови в Україні	2	1	1
18.	Російський кредит Україні	1	2	1

Тема вибору Україною інтеграційного напрямку виявилася найактуальнішою і в цьому виданні, друге ж місце посіло питання газових поставок із Росії та створення тристороннього газотранспортного консорціуму за участі ЄС. Обидва питання висвітлювалися, в основному, з

точки зору економіки та політики. Перевагу Європейському союзу перед Митним «Дзеркало тижня» віддавало, виходячи з прагматичних інтересів держави, і значно рідше обґрунтовувало свою позицію в термінах цивілізаційного вибору чи ментальної близькості. Політико-економічну тематику доповнює тема торгівлі (п'ятий щабель), яка в цьому виданні лише в третині випадків представлена публікаціями про торговельні війни.

Матеріали історичної тематики на 57% присвячені періоду СРСР, на 17% – Російської імперії, решта пов'язані із загальними тенденціями у відносинах між країнами.

Культурні зв'язки, як і в попередньому виданні, представлені різноманітно, найчастіше – у сферах театру й кіно, рідше – музики й балету.

Інші теми набрали 3% або й менше, однак при групуванні вони показують певні тенденції. Так, у сукупності матеріали, у яких аналізуються економічні, політичні відносини між державами в цілому, а також українсько-російські відносини загалом (разом 7%), засвідчують бачення питання України – Росії як масштабного й стратегічного.

Іще один блок тем назвемо умовно гуманітарними аспектами російського впливу. Сюди входять три взаємно пов'язані теми: медіа, інформаційний вплив Росії на Україну, російська пропаганда стосовно України. Доповнюють такий вплив мовне питання в Україні, а також релігійно-церковні зв'язки. Усі ці теми (що разом складають 6%) об'єднують однопланове висвітлення: Росія нав'язує себе Україні через ЗМІ, Московський патріархат Української Православної Церкви й активну підтримку російської мови в Україні.

До цієї ж групи можна віднести тему Євромайдану, що прозвучала в газеті як рух не лише за європейські цінності, а й проти російських стандартів життя й світогляду, пропагованих описаними вище способами.

Видання «Україна молода», як і попереднє, найчастіше зверталося до теми Україна – ЄС / Україна – МС (табл. 2.4). Однак, на відміну від «Дзеркала тижня», де кількість повністю і частково присвячених темі

матеріалів однакова, тут переважна більшість публікацій – 67% – належить категорії «частково», що свідчить про менш глибоке розкриття проблеми.

На другому місці тема газових поставок та створення ГТС, а також історії. Матеріали останньої стосуються часів СРСР (52%), доби Запорізької Січі та Російської імперії (23%), решта – періоду Московського царства та загальних питань спільної історії.

Таблиця 2.4

**Тематика висвітлення українсько-російських відносин
у газеті «Україна молода»**

№ п/п	Назва теми	Повністю (з 144)	Частково (з 259)	Частота звертання до теми (%, округлено до цілих)
1.	Україна – ЄС / Україна – МС	41	73	28
2.	Питання газових поставок з Росії та створення газотранспортного консорціуму	26	18	11
3.	Історія	16	28	11
4.	Спорт	11	28	10
5.	Торгівля	19	18	9
6.	Культура	6	24	8
7.	Медіа, інформаційний вплив Росії на Україну, російська пропаганда	7	22	7
8.	Українська та російська мови в Україні	15	9	6
9.	Релігія, церква	9	12	5
10.	«Рука» Росії в українській політиці й суспільстві	8	12	5
11.	Загибель і арешти українців у Росії	7	11	4
12.	Кордон	6	10	4
13.	Суспільство	3	10	3
14.	Євромайдан	1	9	2
15.	Російський кредит Україні	7	2	2
16.	Співпраця у важкій промисловості	6	2	2
17.	Кримінал	-	7	2
18.	Спільні святкування	6	-	1
19.	Відносини президентів В. Путіна та В. Януковича	3	3	1
20.	Чорноморський флот Росії в Севастополі	3	3	1
21.	Образ на національної гідності	1	5	1
22.	Заборони, перешкоди в'їзду українців у Росію, ініційовані РФ	5	-	1

Високі показники проявилися й у темі спорту, причому газета не зациклена на одному чи двох видах, а представляє інформацію панорамно – про футбол, волейбол, баскетбол, хокей, бокс, фехтування, легку атлетику, гімнастику, перебіг зимової олімпіади в Сочі, у той час як попередні ЗМІ висвітлювали переважно бокс та футбол.

Тема торгівлі у 89% згадувань розкрита через так звані «торговельні війни».

Дещо менш поширена тема культури, однак представлена, як і в решті аналізованих українських видань, різноманітним напрямом – література, театр, музика, живопис, іконопис, музейна справа. Найчастіше (у 37% випадків) ідеться про кіно. Особливу увагу газета приділяє діячам культури, чиє життя й творчість пов'язані з обома країнами, публікує відгуки про гастролі російських театрів в Україні. Автори видання зазвичай високо оцінюють творчість російських митців і позитивно ставляться до культурного обміну між країнами.

Проблеми медіа висвітлюються в 49% публікацій, порушуються теми російської пропаганди в Україні, інформаційної експансії, аргументованої ідеями «русского мира» в єдності трьох народів (решта – відносно нейтральні повідомлення про окремі медіа чи журналістів). Цю проблему продовжують і теми співіснування російської та української мов в Україні, Московського та Київського патріархатів УПЦ.

Останні три теми – медіа, «русского мира» та церков – часто висвітлюються у зв'язку з темою «руки» Росії, або «п'ятої колони» в Україні. Наприклад, мовне питання розкривається через нав'язуване тодішнім міністром освіти і науки України Д. Табачником вивчення російської мови в школах за рахунок зменшення навчальних годин, відведених на українську мову. Журналісти б'ють на сполох, що українські медіа перебувають під загрозою перетворитися на філії російської системи мас-медіа через росіян-ведучих рейтингових телепередач, які працюють в інтересах сусідньої держави, а також через засилля російської медіа продукції: серіалів, ток-шоу,

журналів, книг тощо. Часто згадуваними пособниками Кремля в Україні є рідна президентові «Партія регіонів», Комуністична партія України, кум В. Путіна олігарх В. Медведчук. У газеті найчастіше йдеться про їхню діяльність із організації референдуму «за Митний союз» (Іванів Д., Бачинська К. Казус плебісциту / Данило Іванів, Катерина Бачинська // Україна молода. – № 130. – 11 вересня); передання Почаївської лаври у володіння Московському патріархату УПЦ; силового розгону учасників Євромайдану; встановлення чи заборони демонтажу пам'ятників російським історичним діячам, які в Україні вважаються поневолювачами.

Наступний блок тем пов'язаний із негативними наслідками перебування українців у Росії. Ідеться про загибель в авіакатастрофах, ДТП, від рук зловмисників, про сумнівні з правової точки зору арешти. У сукупності матеріали цієї теми створюють уявлення про РФ як небезпечне для українців місце. Доповнюється таке уявлення темами негативного ставлення росіян до українців, ускладненого в'їзду в сусідню країну, конфліктів і загроз на кордоні (розстріл українських рибалок російськими прикордонниками, митні блокади, небезпека занесення африканської чуми свиней з Росії).

У темі суспільства порівнюються протестні настрої серед українців та росіян, аналізується досвід народних повстань в Україні та Росії, ставлення народів до влади й один до одного. Видання підкреслює різницю в національних характерах і висловлює сподівання, що сусіди не втручатимуться у внутрішні справи України (російська влада ототожнюється з суспільством).

Водночас відзначається, що серед росіян поліпшується ставлення до українців, майже половина учасників соціологічного опитування висловила бажання бачити Україну незалежною державою.

Співіснування росіян та українців в Україні також хвилює журналістів «України молоді» та їхніх читачів-дописувачів, які в листах до редакції ставлять запитання «Чому українці почуваються нацменшиною в Україні?»

(Корзун Д. Костусев як послідовник Валуєва / Дмитро Корзун // Україна молода. – 2013. – 26 вересня. – №139) та переймаються загрозою втрати українськості.

Кілька тем – російського кредиту й співпраці у важкій промисловості, спільних святкувань та Чорноморського флоту – стосуються співпраці країн, але контакти ці описуються як конфліктні та / або небажані.

В «Урядовому кур'єрі» значно менша різноманітність тем порівняно з попередніми виданнями. Перша їх трійка така сама, як у «Дзеркалі тижня» та «Україні молодій» (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Тематика висвітлення українсько-російських відносин
у газеті «Урядовий кур'єр»**

№ п/п	Назва теми	Повністю (з 79)	Частково (з 163)	Частота звертання до теми (%, округлено до цілих)
1.	Україна – ЄС / Україна – МС	30	56	36
2.	Питання газових поставок з Росії та створення газотранспортного консорціуму	19	27	19
3.	Історія	6	25	13
4.	Культура	2	21	10
5.	Співпраця у важкій промисловості	10	7	7
6.	Спорт	5	10	6
7.	Українська та російська мови в Україні	1	10	5
8.	Торгівля	10	-	4
9.	Кордон	3	3	2
10.	Наука	2	4	2
11.	Російський кредит Україні	3	2	2
12.	Освіта	2	1	1
13.	Медіа	-	3	1
14.	Економіка в цілому	-	3	1

У темі історії акцент зроблений на трагічному досвіді співіснування країн у складі СРСР часів Й. Сталіна (третина публікацій присвячена цій темі): ідеться про Голодомор, розстріли українців, життя в концтаборах, про свідків тих подій та про сучасних російських істориків, які намагаються

довести універсальний характер хлібозаготівлі 1932 року чи другорядну роль українців у боротьбі з німецькими фашистами.

Як і в газеті «День», в історичному контексті тут представлені нариси про видатних українців, яких несправедливо прийнято вважати російськими діячами (педагог К. Ушинський, письменник В. Короленко, авіаконструктор Д. Григорович).

Тема культури, як і в інших українських виданнях, представлена інтенсивно й різнобічно: кіно, театр, опера, література, образотворче мистецтво, музика, фольклор.

Кілька публікацій стосуються науки та освіти – теми, майже не представленої в інших ЗМІ.

У позитивному світлі подається співпраця у важкій промисловості, надання Росією кредиту Україні. Навіть у темі торгівлі лише половина матеріалів стосуються «торговельних воєн» чи «митної блокади» (а не переважна більшість, як в інших українських газетах).

Зі спортивних тем висвітлюється футбол (об'єднаний чемпіонат СНД), бокс (поєдинок В. Кличка та О. Поветкіна), хокей.

Мовне питання ставиться у виданні нечасто – в основному у зв'язку з певними датами чи подіями (оголошення переможців конкурсу знавців української мови імені П. Яцика, 150 річниця з дня народження видатного мовознавця Ю. Шевельова). Ця проблема не висвітлюється як нагальна – лише констатується домінування російської мови серед населення України й потреба спілкуватися рідною мовою.

Ситуація на українсько-російському кордоні представлена як напружена: спочатку терорист-смертник, який їде з Росії, підриває себе на українському пункті пропуску, потім російська митниця блокує ввезення товарів з території України, Росія заявляє про можливість введення для українців проїзду за закордонними паспортами, російські прикордонники вбивають українських рибалок в Азовському морі. Така інформація створює уявлення, що в самій Росії українців може чекати ще більше неприємностей.

За всіма чотирма виданнями середньоарифметичні дані для кожної з тем представлені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

**Тематичні тенденції висвітлення українсько-російських відносин
в українських газетах**

№ п/п	Назва теми	Частота звертання до теми (%)
1.	Україна – ЄС / Україна – МС	30,5
2.	Питання газових поставок з Росії та створення газотранспортного консорціуму	15,5
3.	Історія	14
4.	Культура	8,75
5.	Медіа, інформаційний вплив Росії на Україну, російська пропаганда	5
6.	Спорт	4,5
7.	Торівля	4,5
8.	Співпраця у важкій промисловості	3,75
9.	Українська та російська мови в Україні	3,75
10.	Євромайдан	3,5
11.	Суспільство	3,25
12.	Релігія, церква	2,5
13.	Кордон	1,5
14.	Політика у цілому	1,5
15.	«Рука» Росії в українській політиці й житті суспільства	1,5
16.	Загибель українців від рук росіян, арешти українців у Росії	1,5
17.	Російський кредит Україні	1,25
18.	Економіка в цілому	1
19.	Наука	1
20.	Чорноморський флот Росії в Севастополі	0,75
21.	Відносини президентів В. Путіна та В. Януковича	0,5
22.	Крим	0,5
23.	Образ націоанальної гідності	0,5
24.	«Русский мир», імперські амбіції Росії	0,5
25.	Українсько-російські відносини у цілому	0,25
26.	Участь України і Росії в Придністровському конфлікті	0,25

Перелік цих позицій є «кістяком» характеристики українсько-російських відносин. У темі історії розкривається бачення їхнього минулого,

у темі культури – творчість, яка пов’язує ці країни й тепер. У темі 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 таких відносин. Для більшої повноти у цій таблиці наведені й теми, які не набрали 1%, але повторюються хоча б у двох виданнях. Наприклад, теми інформаційного впливу, мови, «руки Росії», образи національної гідності, імперських амбіцій становлять у сукупності важелі російського впливу, показують, як уявляють українці позицію РФ щодо України.

Зведений список тем дає підстави для таких висновків:

- 1) Найбільш висвітлюваною стала тема Україна – МС / Україна – ЄС.
- 2) Українські медіа надають великого значення культурно-історичним аспектам українсько-російських відносин, позитивно оцінюють культурний обмін, але засуджують нав’язування Україні російських духовних багатств.
- 3) Журналістам та дописувачам українських видань властиве прагнення довести несхожість України на Росію при висвітленні тем історії, культури, суспільства.
- 4) У публікаціях на історичні теми підкреслюється негативний досвід близьких міждержавних відносин України й 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.
- 5) Росія представлена як недружня, небезпечна для життя українців – від самого перетину кордону.
- 6) Співпраця між країнами згадується в усіх виданнях, але нечасто, і оцінюється як конфліктна або потенційно конфліктна. Допомога від РФ вважається винятково корисливою й загрозовою для національних інтересів України.

2.2. Українсько-російські відносини на сторінках російських видань

У російських виданнях до аналогічної вибірки (відповідно третя група публікацій – лише про Україну) потрапило 912 матеріалів: «Московский комсомолец» – 208, «Независимая газета» – 367, «Новая газета» – 108, «Российская газета» – 229. Розподіл кількості матеріалів за виданнями представлений у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Інтенсивність висвітлення українсько-російських відносин у російських виданнях

Видання	Матеріалів, присвячених повністю	Матеріалів, присвячених частково	Лише про Україну
«Московский комсомолец»	78	56	74
«Независимая газета»	163	78	126
«Новая газета»	36	34	38
«Российская газета»	88	63	78

Тематична палітра російських ЗМІ дещо бідніша, порівняно з українськими, однак поряд із багатьма спільними темами тут з'являються й нові, не характерні для видань, розглянутих у попередньому підрозділі.

У газеті «Московский комсомолец» ми нарахували 16 тем, що подолали одновідсотковий бар'єр (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Тематика висвітлення українсько-російських відносин у газеті «Московский комсомолец»

№ п/п	Назва теми	Повністю (з 78)	Частково (з 56)	Частота звертання до теми (% округлено до цілих)
1.	Україна – ЄС / Україна – МС	26	10	27

№ п/п	Назва теми	Повністю (з 78)	Частково (з 56)	Частота звертання до теми (% округлено до цілих)
2.	Спорт	17	6	17
3.	Культура (шоу-бізнес)	15	8	17
4.	Євромайдан	1	11	9
5.	Торгівля	6	-	4
6.	Кримінал	1	5	4
7.	Співпраця у важкій промисловості	4	1	4
8.	Суспільство	1	4	4
9.	«Фемен»	-	4	3
10.	Арешти, вбивства українців в Росії	2	1	2
11.	Образ на національній гідності	2	1	2
12.	Релігія, церква	2	1	2
13.	Російсько-українські відносини у цілому	2	-	1
14.	Західноукраїнські націоналісти проти російського	1	1	1
15.	Крим	1	1	1
16.	Медіа	1	1	1

На перше місце, як і в українських ЗМІ, вийшла тема вибору Україною напряму інтеграції. При цьому видання стверджує, що союз із Росією безперспективний, навіть згубний, відмічає тиск, примус із боку Росії відмовитися від асоціації з Євросоюзом.

Наступною за актуальністю темою став спорт, зокрема футбол (переважно щодо об'єднаного чемпіонату СНД) та бокс (бій В. Кличка з О. Поветкіним).

Тема культури майже на 50% представлена публікаціями про українських поп-зірок, які виступають у Росії: Ані Лорак, Їолка, «Квест Пістолс», Потап та Настя Каменських, гурт «Океан Ельзи» та інші. Імовірно, це пов'язано з розважальною орієнтацією газети. Решта публікацій стосувалися музики інших напрямів та Одеського кінофестивалю.

Тема Євромайдану, яка почала висвітлюватися наприкінці року, вийшла на четверте місце. Матеріали присвячені врегулюванню ситуації за участі російської влади, порівнянню виступів на Болотній площі в Москві й на майдані Незалежності в Києві. Однак на початку грудня у виданні

з'явилися автори, які виступили з осудом активістів Євромайдану, тому точки зору на події виявилися неоднозначними. Із цією темою в єдності висвітлювалася й тема суспільства.

Торговельні відносини, як і в українських медіа, описані переважно через концепт «торгових воєн».

Блок публікацій, які розкривають негативні явища у відносинах країн, формують теми арештів, убивств українців у Росії, кримінальних зв'язків, ображення національної гідності. Росія представлена як небезпечна для українців, а Україна – як сховище для російського криміналітету.

Матеріали релігійної тематики стосувалися УГКЦ та формальностей святкування 1025-річчя Хрещення Русі. Тема взаємин між українською та російською православними церквами, актуальна в Україні, залишилася фактично не розробленою в російських виданнях.

Таким чином, крім ключових питань торгівлі, Євросоюзу – Митного союзу, Євромайдану, видання звертається до таблоїдної тематики українсько-російських взаємин: цікавого суспільству життя поп-зірок, спорту, нещасних випадків, криміналу.

У «Независимой газете» (табл. 2.9) третю сходинку після традиційно перших питань інтеграції та газу, посіла тема торгівлі, представлена у 65% як торгіві війни та економічні блокади, у залишку – створення зернового пулу між Україною, Росією та деякими іншими країнами СНД, загальні питання торгівлі.

Таблиця 2.9

**Тематика висвітлення українсько-російських відносин
у виданні «Независимая газета»**

№ п/п	Назва теми	Повністю (з 163)	Частково (з 78)	Частота звертання до теми (%, округлено до цілих)
1.	Україна – ЄС / Україна – МС	85	44	54
2.	Питання газових поставок з Росії та створення газотранспортного	58	10	28

№ п/п	Назва теми	Повністю (з 163)	Частково (з 78)	Частота звертання до теми (% округлено до цілих)
	консорціуму			
3.	Торгівля	18	5	10
4.	Євромайдан	6	9	6
5.	Кордон	9	-	4
6.	Участь України і Росії в Придністровському конфлікті	2	6	3
7.	Нелегальна трудова міграція	7	-	3
8.	Україна – прихисток політичних біженців та злочинців із Росії	6	-	2
9.	Чорноморський флот Росії в Севастополі	6	-	2
10.	Український та російський націоналізм	4	2	2
11.	Релігія, церква	3	3	2
12.	Суспільство	3	3	2
13.	Крим	1	3	2
14.	Співпраця у важкій промисловості	2	1	1
15.	Надання Росією кредиту Україні	2	1	1
16.	Українська та російська мови в Україні	2	1	1

Тема Євромайдану представлена як боротьба парламентської опозиції з чинною владою, у якій президент шукає підтримки у В. Путіна. Цю ж тему доповнює тема надання Росією кредиту Україні для підтримки приреченої на дефолт економіки, ситуація в якій почала особливо ускладнюватися через масові акції протесту.

Конфлікти на кордоні – п'ята за частотою тема. У цих публікаціях наводяться факти, які свідчать про погіршення взаємин між країнами: натягування колючого дроту, невирішена проблема делімітації морського кордону та її негативні наслідки тощо.

Незначний відсоток набрала тема участі України й Росії в «придністровському конфлікті», яку інші російські видання майже зовсім оминули увагою. «Независимая газета» представляє Україну та РФ у цій ситуації як самостійних гравців, які захищають власні інтереси, однак говорить і про плани російської влади використати Україну, яка на той час головувала в ОБСЄ, для досягнення своїх цілей.

Взаємний обмін мігрантами постає у виданні так, що з України в Росію їдуть нелегальні найманці, а з Росії в Україну – політичні біженці та кримінальні злочинці, які переховуються від російських правоохоронців.

Розміщення Чорноморського флоту РФ у Севастополі завжди було проблемним питанням у відносинах країн. У «Независимой газете» ця тема теж постає конфліктною: Росія звинувачує Україну в незаконно зібраних податках з її флоту, а та, у свою чергу, виступає проти необумовленого угодою оновлення кораблів на базі в Севастополі. З цією темою пов'язане питання Криму, який російські журналісти вважають споконвічно російською територією. Однак акцент у темі Криму зроблено на корінному населенні півострова – кримських татарах. Газета слідкує за дискусіями щодо розширення повноважень автономії, відносинами між офіційною владою і Меджлісом кримськотатарського народу, вважає загрозливим поширення в Криму ідей створення всесвітнього ісламського халіфату.

У виданні представлені теми як українського, так і російського націоналізму. Український обов'язково пов'язується з населенням Західної України, особливо міста Львів, і партією ВО «Свобода». Вважається, що націоналісти тиснуть на владу, безапеляційно висувуючи вимоги, які суперечать інтересам російськомовного населення, займаються хуліганством з політичних мотивів. Російські ж націоналісти вчиняють погроми татар, однак їхня діяльність висвітлюється рідко й поверхнево. У той час як українські націоналісти представлені активними, войовничими, налаштованими проти росіян, російські ніби перебувають у позиції захисту (не брати чуже, а відстояти своє). Наприклад, у публікації з лідом «"Свобода" и "Русский блок" собираются сойтись в рукопашной в Николаеве» (сторони зображені рівноправно) у заголовка винесене формулювання «Москалям обещают фарш вместо марша» (Ивженко Т. Москалям обещают фарш вместо марша / Татьяна Ивженко // Независимая газета. – 2013. – 28 марта. – № 62).

Наявні в газеті публікації на релігійну тематику фактично не характеризують українсько-російські відносини. Тема суспільства

розкривається з точки зору ставлення українців до російської мови, росіян і Росії в цілому, незалежність від якої вони готові захищати зі зброєю в руках.

В опозиційній «Нової газеті» загальна кількість публікацій про українсько-російські відносини виявилася найменшою серед усіх аналізованих видань (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

**Тематика висвітлення українсько-російських відносин
у виданні «Новая газета»**

№ п/п	Назва теми	Повністю (з 36)	Частково (з 34)	Частота звертання до теми (% округлено до цілих)
1.	Україна – ЄС / Україна – МС	15	14	41
2.	Євромайдан	3	12	21
3.	Торгівля	5	5	14
4.	Питання газових поставок з Росії та створення газотранспортного консорціуму	4	4	11
5.	Кордон	6	1	10
6.	Медіа, пропаганда	2	4	9
7.	Історія	-	5	7
8.	Українсько-російські відносини в цілому	3	-	4
9.	Президенти В. Путін та В. Янукович	2	1	4
10.	Спорт	2	1	4
11.	Крим	1	2	4
12.	Політика в цілому	2	-	3
13.	Суспільство	1	1	3
14.	Релігія, церква	1	-	1
15.	Культура	-	1	1
16.	Мови в Україні	-	1	1
17.	Україна – притулок для політичних біженців з Росії	-	1	1

На друге місце тут вийшла тема Євромайдану, але, на відміну від «Незалежної газети», видання представило акцію як протистояння не опозиції і влади, а громадянського суспільства й олігархічного, зневажливого до прав людини режиму.

Газета розробляла питання впливу українських протестів на суспільно-політичну ситуацію в Росії, порівнювала українське та російське суспільства,

відмічала гребування професійними стандартами з боку українських журналістів та відкрити пропаганду й маніпуляції на російському телебаченні. Таким чином, тема медіа та пропаганди розроблялася в «Незалежній газеті» у зв'язку з темою Євромайдану.

Половина матеріалів на тему торгівлі присвячена «торговельним війнам», решта – можливим проблемам товарообігу з Митним союзом у випадку підписання Україною Угоди про асоціацію з ЄС.

Ситуація на кордоні представлена через ті самі події, що й у інших російських виданнях: натягування колючого дроту, проблеми автотранспортних перевезень між країнами тощо. Особлива увага приділена інциденту між українськими рибалками й російським прикордонним патрулем в Азовському морі, що закінчився смертю майже всіх пасажирів рибацького човна

З п'яти публікацій про історію чотири стосуються часів СРСР: голод 1933 року, роль кримських татар у Великій Вітчизняній війні й дисидентство їхнього лідера М. Джемільова, створення й розпад Радянського Союзу. Ще одна публікація звернена до часів Київської Русі.

Кілька публікацій є узагальнювально-аналітичними, що в цілому не характерно для висвітлення взаємин України та Росії в російських виданнях (на відміну від українських). Ідеться про тему українсько-російських відносин та політики України та Росії в цілому. Разом ці теми складають 7%. Автори таких матеріалів зробили спроби відслідкувати закономірності взаємодії держав, прокоментували, як сторони дотримуються документації, що регулює їх відносини.

Стосунки, амбіції президентів країн В. Януковича та В. Путіна, перебіг їхніх зустрічей прокоментовано в 4% публікацій.

Публікації на тему Криму зачіпають кримськотатарське питання (маємо перетин із описаною вище історичною тематикою) та російський рух на півострові за підтримки Кремля.

На останніх позиціях залишилися теми гуманітарного блоку: суспільство, релігія та церкви, мови в Україні, тема України як притулку для російських політичних біженців, представлена, щоправда, лише однією публікацією.

Урядове видання, як і «Московский комсомолец», на друге місце винесло тему спорту з акцентом на боксерський двобій російського та українського спортсменів (О. Поветкіна та В. Кличка) – 47% матеріалів теми – та Об'єднаний чемпіонат СНД з футболу – 21% (табл. 2.11):

Таблиця 2.11

**Тематика висвітлення українсько-російських відносин
у виданні «Российская газета»**

№ п/п	Назва теми	Повністю (з 88)	Частково (з 63)	Частота звертання до теми (%, округлено до цілих)
1.	Україна – ЄС / Україна – МС	32	28	40
2.	Спорт	25	9	23
3.	Євромайдан	1	12	9
4.	Історія	4	4	5
5.	Культура	3	4	5
6.	Релігія, церква	5	1	4
7.	Торгівля	5	1	4
8.	Образ на національної гідності	4	-	3
9.	Мови в Україні	-	4	3
10.	Український націоналізм	1	2	2
11.	Медіа, пропаганда, інформаційний вплив Росії на Україну	-	3	2
12.	Російський націоналізм	2	-	1
13.	Україна – притулок для політичних біженців з Росії	2	-	1
14.	Співпраця в авіабудуванні	2	-	1
15.	Чорноморський флот РФ у Севастополі	2	-	1
16.	Кримінал	1	1	1

Імовірно, цим подіям надавався статус знакових, однак їх завершення не дозволило російським технологам досягти очікуваного ефекту, оскільки російський спортсмен програв, а новий чемпіонат розкритикували.

Тема Євромайдану пов'язана в «Российской газете» з темою українського націоналізму, оскільки акція представлена як русофобська, організована опозиційними партіями Верховної Ради, зокрема партією ВО «Свобода», очолювану О. Тягнибоком, яка, з точки зору авторів видання, має величезну підтримку на Західній Україні. Поєднання ключових слів «Свобода» – Тягнибок – націоналісти – Львів – Івано-Франківськ є найбільш повторюваним у матеріалах теми. Про націоналізм ідеться й при згадуванні мовного питання в Україні, яке зазвичай супроводжується коментарями щодо утисків російської мови.

У межах теми історії 7 з 8 публікацій стосуються періоду СРСР: у 3 дається оцінка діяльності Української повстанської армії (тут вбачається коріння українського націоналізму), ще в 2 ідеться про голод 1932–1933 років.

Тема культурних зв'язків представлена дещо ширше, ніж в інших російських виданнях, але значно бідніше в порівнянні з українськими: згадується про кіно, оперу та поп-музику (виступи українських гуртів «Океан Ельзи» та «Бумбокс» у Росії).

Церковно-релігійні питання зосереджені довкола православ'я, зокрема спільного святкування країнами 1025-річчя Хрещення Русі.

Торгівля представлена «торговельними війнами» лише в двох публікаціях із шести, причому видання не звертається до цього концепту, натомість пише про бажання Росії попередити партнера про труднощі нового режиму торгівлі з РФ, який потягне за собою асоціація України з Євросоюзом.

В урядовій газеті кілька разів згадуються скандали щодо образи росіянами національної гідності українців, а також прояви російського націоналізму. Разом ці дві теми становлять 4%. Однак ідеться про окремі випадки, у той час як український націоналізм нібито внутрішньо притаманний майже всім мешканцям Західної України.

Теми України як притулку для політичних біженців з Росії, Чорноморського флоту РФ, медіа та криміналу обговорюються зрідка, але повторюються в усіх російських виданнях. Це засвідчує, що події, про які повідомляється, важливі для формування уявлення про українсько-російські відносини, хоч мають нетривалий і нескандальний характер.

Тематика висвітлення українсько-російських відносин в російських виданнях у багатьох аспектах суттєво відрізняється від українських (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

**Тематичні тенденції висвітлення українсько-російських відносин
у російських газетах**

№ п/п	Назва теми	Частота звертання до теми (%)
1.	Україна – ЄС / Україна – МС	40,5
2.	Євромайдан	11,25
3.	Спорт	11
4.	Питання газових поставок з Росії та створення газотранспортного консорціуму	9,75
5.	Торгівля	8
6.	Культура (шоу-бізнес)	5,75
7.	Кордон	3,5
8.	Історія	3
9.	Медіа, пропаганда	3
10.	Релігія, церква	2,25
11.	Суспільство	2,25
12.	Крим	1,75
13.	Західноукраїнські націоналісти проти російського	1,5
14.	Співпраця у важкій промисловості	1,5
15.	Кримінал	1,25
16.	Образ націоанальної гідності	1,25
17.	Російсько-українські відносини в цілому	1,25
18.	Українська та російська мови в Україні	1,25
19.	Україна як прихисток політичних біженців та злочинців із Росії	1
20.	Українці як нелегальні трудові мігранти в Росії	0,75
21.	Участь України і Росії в Придністровському конфлікті	0,75

№ п/п	Назва теми	Частота звертання до теми (%)
22.	Чорноморський флот Росії в Севастополі	0,75
23.	Надання Росією кредиту Україні	0,25

У результаті дослідження тематики російських виданнях виявлено такі особливості:

- 1) Найбільш висвітлюваною в усіх газетах виявилася тема Україна – МС / Україна – ЄС.
- 2) Висока увага спостерігалася до теми Євромайдану в Україні як продовження теми Україна – МС / Україна – ЄС. Однак 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.
- 3) Неочікувано активно висвітлювалася тема спорту, причому не лише в «Московском комсомольце», якому притаманні елементи розважальності, а й у державному виданні «Российская газета», де тема вийшла на друге місце.
- 4) Порівняно з українськими ЗМІ, у російських 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.
- 5) Для російських видань менш актуальними були питання газових поставок та створення ГТС, ніж для українських. Натомість важливіша тема торговельних відносин.
- 6) Значна увага приділялася кримськотатарському народу в історичному, релігійному, політичному аспектах.

- 7) Серед російських газет не спостерігається такої єдності у висвітленні тем, яка наявна в українських: значні розбіжності наявні між «Новой газетой» та «Российской газетой», «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 почала активно провадитися в той період. Водночас «Независимая газета» з самого початку року ідейно була ближчою до «Российской газеты».
- 8) Теми, яких торкалися російські видання і яких не порушували українські, – це західноукраїнський націоналізм, спрямований проти Росії, Україна як прихисток політичних біженців та злочинців з Росії, українці як нелегальні трудові мігранти в РФ, кримінал.

2.3. Росія в українських ЗМІ

Українські видання представили Росію з її внутрішнім життям («безвідносно» до України) доволі стримано. Ми вживаємо слово «безвідносно» в лапках, оскільки сама поява такої публікації в українському виданні свідчить, що вона є важливою для України, а значить по суті все ж стосується її.

Серед сукупності матеріалів, відібраних у результаті пошуку за ключовими словами (вказаними в підрозділі 2.1) – тобто «повністю про українсько-російські відносини», «частково про українсько-російські відносини» та «лише про Росію» – матеріалів із категорії «лише про Росію» тут налічується: у газеті «День» – 158 із 751 (21%), «Дзеркало тижня» – 25 із 230 (11%), «Україна молода» – 188 з 592 (31%), «Урядовий кур'єр» – 4 з 247 (2%). Середній показник за цими виданнями склав 16% (округлено до цілих).

Отже, «Урядовий кур'єр» за 2013 рік представив усього 4 публікації про Росію: 2 з них на тему культури (кіно, музейна справа), 1 стосується міжнародних відносин (конфлікт у Сирії), іще 1 — коротка замітка про пожежу в московському метро. Ми вважаємо, що такі низькі показники урядового видання не випадкові, і причина їх у концептуальній невизначеності державної політики у відносинах із Росією на той період. Логічно було б припустити, що думки про вибір Україною європейського шляху розвитку мали б обґрунтовуватися в тому числі й недоліками східного вектору, зображенням життя в Росії як схожого на українське чи навіть гіршого, у той час, коли Україна прагне досягти вищих стандартів. Водночас такий непривабливий портрет Росії суперечив би повторюваним у виданні цитатам президента й прем'єр-міністра, що РФ – важливий партнер, із яким Україна прагне розвивати тісні відносини й надалі. Імовірно, тому редакція «Урядового кур'єра» мала труднощі з підбором тем і подій, які б одночасно відбивали ці точки зору, не викликали в читачів підозри, що влада може змінити інтеграційний курс і залишити «шлях для відступу» в разі раптових

змін у офіційній позиції щодо цього питання, які й відбулися в листопаді 2013 року перед Вільнюським самітом, де раніше планувалося підписати Угоду про асоціацію України та ЄС.

Наявні ж публікації, як бачимо, торкаються нейтральних тем.

Дещо більше повідомлень про Росію як окрему державу знаходимо в газеті «Дзеркало тижня». З 25 публікацій найбільше – 8 (32%) – стосуються закордонних справ Росії. Зокрема висвітлено її відносини зі США в контексті війни в Сирії, з Китаєм, Фінляндією, країнами Великої Дванадцятки в цілому, а також із Вірменією та Киргизією в рамках Митного союзу. Основна тематична лінія, що прослідковується у висвітленні відносин РФ з іншими державами, – намагання сусідньої країни різними способами посилити й закріпити свій вплив у світі (відповідно, такі плани не можуть оминати й Україну). Стверджується, що Росія націлена відновити контроль над Балтійським регіоном, Фінляндією, іншими країнами Європи в основному через збереження їх енергетичної залежності від російського газу, над східним регіоном – через об'єднання сусідніх їй країн Митним союзом, а також посилити вплив на США через конкуренцію на Близькому Сході (згадано Сирію та Іран). Однак навіть із країнами, залученими до союзу чи наближеними до вступу, газета констатує напружені відносини (справа «Уралкалію» між Білоруссю та Росією, відмова Киргизії вступати до МС, якщо його правила суперечитимуть інтересам країни). Стабільно дружніми «Дзеркало тижня» показало відносини лише з Китаєм.

Газета присвятила культурі 16% матеріалів, або 4 публікації з категорії «лише про Росію». У цій темі увага звернена до видатних особистостей помертно (кінорежисера Л. Гайдая, барда В. Висоцького, актора В. Золотухіна) з високою оцінкою їх творчості. Одна публікація непрямо стосується російської літератури – ідеться про британську екранізацію роману Л. Толстого «Анна Кареніна» та відгуки на неї російської інтелігенції, і ще одна – перебігу Московського кінофестивалю, який відзначено скандалом і невисокою якістю кіно.

У виданні тісно переплітаються теми російської влади (16%), хабарництва та економічних злочинів (12%), суспільства, економіки та кіпрської кризи, що зачепила інтереси російських олігархів (по 8%), та опозиції (4%).

Життя в Росії пов'язується з низкою соціально-економічних проблем, породжених жорстким, соціально несправедливим режимом, для якого характерні відмивання грошей у ході державних закупівель (у двох публікаціях згадано діяльність громадської організації «РосПил», яка займається викриттям і попередженням таких злочинів), корупція, соціальна невдоволеність, переслідування активних інакодумців (М. Ходорковського, О. Навального). Виразно простежується тенденція «Дзеркала тижня» показувати російське суспільство як здатне відстояти свої права, активне в боротьбі зі злочинами влади, підкреслено, що воно значно вільніше, ніж за часів СРСР, і спроможне привести до влади гідних людей.

Більш інтенсивно події в Росії висвітлювала газета «День». Серед 158 матеріалів аналізованої категорії, опублікованих тут упродовж року, темі зовнішньої політики Росії присвячено 57 (36%): 29 матеріалів висвітлюють відносини зі США, по 5 – з ЄС та Грузією, 4 – з Німеччиною, 3 – з Нідерландами, по одній публікації присвячено конфліктам Росії з Литвою, Латвією, Чехією, Азербайджаном, Індією та Китаєм. Ще в п'ятих публікаціях аналізується міжнародне становище Росії в цілому. Як бачимо, зовнішньополітичні відносини РФ представлені різнобічно, з акцентом на конфліктних взаєминах зі США. У цій темі наявні кілька основних ліній: конфлікт у Сирії, де зіткнулися інтереси Сполучених Штатів і Росії; справа Е. Сноудена, який опублікував секретні архіви американських спецслужб і переховувався в Росії; справа юриста С. Магнітського, якого в Росії кинули за ґрати й закатували за викриття масштабної податкової афери російських можновладців. У відповідь 60 чиновникам федерації було заборонено в'їзд у США. Ще одна лінія стосується так званого «закону Діми Яковлева», який називають відповіддю Росії на такі санкції Сполучених Штатів. Одна з

поправок до цього закону забороняє американцям всиновлювати російських дітей. Висновки експертів видання (європейських, американських, російських опозиційних) засвідчують, що Росія не має шансів стати світовим лідером і, відтак, конкурентом США, оскільки її президент став менш ефективним, ніж у свій перший термін, зацикленим на минулому (на ідеях імперської Великої Росії, «русского мира»). Газета в кількох публікаціях констатувала невдачу «перезавантаження» відносин між країнами й продовження «холодної війни» з ініціативи влади РФ.

Стосовно відносин Росія – ЄС відзначається досягнення узгодженості політики союзу щодо Росії, яка намагається встановити газову монополію в Європі й порушує права своїх громадян на проведення демонстрацій.

У виданні стверджується, що у відносинах із Грузією РФ намагається втручатися в її політику через підставного президента й чиновників, згадується й аналізується такий самий досвід Латвії. Розглянуті в п. 2.1 публікації про українсько-російські відносини інформують, що ті ж самі заходи приймає Росія і щодо України. Отже, ідеться про своєрідний стиль російської зовнішньої політики на пострадянському просторі. Тому інтерес до аналогічних сценаріїв і ситуацій в інших країнах цілком закономірний.

Дружніми зберігаються відносини Росії з Китаєм, тимчасово з Німеччиною (експерти прогнозують відчуження), покращуються з Азербайджаном, але поза тим «День» стверджує про тенденцію РФ до самоізоляції: прагнучи продемонструвати самостійність своїх суджень і рішень, небажання йти на компроміси, російська влада робить країну «ізгоєм» (Бабченко А. Ізгой / Аркадій Бабченко // День. – №106. – 20 червня), ставить її в положення «одна проти всіх» (Жего М. Путінська Росія – одна проти всіх / Марі Жего // День. – № 154. – 30 серпня).

Наступна за активністю висвітлення тема — суспільство, яка складає 25% всіх публікації про Росію. «День» цікавиться протестними настроями росіян, їхнім ставленням до влади, зокрема президента та його режиму, рівнем свободи слова, свободи створення громадських організацій,

поширенням державної ідеології, проблемами російської національної ідентичності, оцінкою росіянами окремих історичних подій та постатей (наприклад Й. Сталіна), інших націй, соціальними проблемами та конфліктами (расизм, нацизм, нелегальна трудова міграція).

Історія Росії висвітлена у 18% матеріалів. Найчастіше йдеться про СРСР як інструмент Кремля для всесвітнього панування, Російську імперію з точки зору традицій російського самодержавства, путч 1993 року, викладання історії в школах РФ, оцінку сучасними російськими істориками періоду сталінізму та ролі самого вождя.

Культурі присвячено 13% публікацій, у яких представлений стан сучасного російського кіно, театру, літератури, музики, музейної справи. «День» пише про особливий російський менталітет, проявлений у поезії класиків, про ідеологізацію сучасної російської літератури, цькування нелояльних до влади письменників навіть у лавах самої російської інтелігенції.

В ідеологізованому російському кіновиробництві відмічене використання голлівудських сценаріїв, прийомів та надміру спецефектів, особливо в історичних фільмах. Водночас заслуги багатьох митців із різних сфер культури (часто посмертно) оцінені високо.

На четвертому місці – викриття режиму В. Путіна з такими негативними явищами, як утиски прав і свобод людини та громадянина, беззаконням у судах, корупція тощо.

Тема російських медіа, у тому числі як інструмента державної влади, розкривається в 9% матеріалів.

Діяльність опозиції в РФ висвітлена у 7% публікацій, серед яких найбільша частка стосується М. Ходорковського, амністованого президентом Росії, дещо менше – О. Навального.

Фактично теми суспільства, влади, опозиції й медіа розкриваються в «Дні» взаємопов'язано. Характерними для життя в Росії постають «зачистки» медіа-простору (масові звільнення головних редакторів провідних російських

ЗМІ), прискіпливі перевірки й спроби закрити некомерційні організації громадян, ув'язнення нелояльних до влади осіб. Сам режим прирівнюють до імперського, репресивного, який бере за приклад сталінські методи управління й намагається відродити в суспільстві культ особи Й. Сталіна. У заголовкових комплексах видання констатується, що російська влада перебуває в змові з кримінальним світом і мігрантами, прогресивні сили країни не мають можливості донести свої ідеї до росіян, в Інтернеті запроваджується цензура, президент втрачає контроль над економікою, суспільство не бажає стати європейською нацією тощо. Наприкінці року в «Дні» констатується повне зникнення демократичної опозиції.

Незначна кількість повідомлень присвячена спорту, виборам мера Москви, катастрофам, криміналу, оборонному комплексу РФ, науці й технологіям, кіпрській кризі, набуттю російського громадянства французьким актором Ж. Депардє.

Таким чином, тематика публікацій зачіпає як зовнішні відносини Росії, так і внутрішнє її життя. В обох сферах РФ постає як держава, що рухається до занепаду й за теперішньої влади з її всеохопною пропагандою не здатна розвиватися в демократичному напрямі.

Активніше, ніж «День», Росію як окрему державу представляє газета «Україна молода». Якщо в попередньому виданні частка матеріалів із категорії «лише про Росію» становить 21% від усіх відібраних публікацій про українсько-російські відносини, то в «Україні молодій» вона складає 32% від аналогічної сукупності.

Видання, як і «Дзеркало тижня» та «День», найбільше уваги приділяє становищу Росії на міжнародній арені – 42 публікації, або 22% від матеріалів про Росію: 30 повідомлень стосується відносин зі США (ідеться, знову-таки, про справу Е. Сноудена, список С. Магнітського, та «закон Діми Яковлева»), а також участь Росії та США в урегулюванні сирійського конфлікту. В 7 матеріалах зачіпається тема відносин Росії з Європейським Союзом, по одній

публікації присвячено взаєминам з Нідерландами, Литвою, Чехією, Польщею, Грузією, Японією, а також участі в Придністровському конфлікті.

Про позитивні зрушення в міжнародних відносинах Росії в газеті не згадано, натомість ідеться про конфлікти із США, Нідерландами, Польщею, Литвою, Грузією. Темою низки публікацій стало викриття шпигунства (випадки зі США та Нідерландами, затримка російськими солдатами представників місії ОБСЄ в Придністров'ї за підозрою в шпигунстві). Наявні також повідомлення про припинення співпраці з Вашингтоном у боротьбі зі злочинністю, «торговельні війни» з Польщею і навіть плани близького партнера РФ – Казахстану – вийти з Митного союзу. Як і в газеті «День», в «Україні молодій» стверджується про тенденцію Росії до самоізоляції: «На саміті «Великої вісімки» протистоятиме решті лідерів через Сирію» (Кріт 3. Один проти сімох і сім проти одного / Зоряна Кріт // Московский комсомолец. – № 87. – 18 червня.).

На другому місці за частотою висвітлення опинилася російська влада – 15% (29 публікацій). Із них 17 повідомлень інформують про президента РФ В. Путіна, зокрема його особисте життя, 6 – про нещодавно прийняті закони, 3 – про діяльність Держдуми в цілому, іще по 1 – про ідеологію, амбіції російської влади відновити Радянський Союз, заволодіти Арктикою. Інформація про В. Путіна майже завжди подається іронічно: засекречене сімейне життя й чутки про народження його другої дитини приписуваною йому молодією дружиною, святкування дня народження президента на острові Балі, знайдений у його дисертації плагіат, заява американського мільярдера, що В. Путін украв його перстень тощо. Повідомляється про падіння його рейтингу серед населення РФ і водночас надання російському президенту журналом «Forbes» статусу найвпливовішої людини світу. Загалом влада Росії зображена з точки зору негативу, якого завдає суспільству. Ідеться про недемократичні закони, якими встановлюється низка заборон для звичайних людей – почасти автори видання ними обурюються, почасти висміюють їх: Держдума позбавляє громадян РФ права обирати

губернаторів, викладати безкоштовний мультимедійний контент в мережі Інтернет, забороняє спиртне на борту літака й ненормативну лексику. Крім того, газета акцентує увагу на встановленому в Росії режимі радянського зразка з утисками свободи слова, переслідуваннями й розправами над громадськими активістами й журналістами, сильною державною пропагандою, знищенням політичних опонентів влади.

Цю тему доповнюють публікації про діяльність російської опозиції, яка є об'єктом висвітлення лише в 6% текстів категорії «лише про Росію» і представлена іменами О. Навального та М. Ходорковського. Таким чином, тема опозиції розкривається передусім через політичні переслідування.

Третьою стала спортивна тематика – футбол, теніс, зимова олімпіада в Сочі, хокей і лижний спорт – 23 матеріали, або 12%. Більшість із них інформують суто про результати спортивних змагань, публікації ж стосовно зимової олімпіади частково розкривають і тему влади, яка витрачає надмір коштів на підготовку до події й підозрюється в їх розкраданні.

Аварії, катастрофи, теракти, вбивства (усього 22 публікації) ми об'єднали в одну тему, оскільки такі події формують уявлення про Росію як про небезпечну для життя країну. У межах цієї теми про вбивства йдеться у 6 публікаціях; про аварії, нещасні випадки через недбалість – у 5; по 4 матеріали стосуються тероризму в Росії та падіння Челябінського метеориту.

Інша поширена тема – життя російських багатіїв та красунь, стосунки олігархів і моделей тощо. Найчастіше йдеться про олігархів Р. Абрамовича й В. Дороніна (його стосунки з топ-моделлю Н. Кемпбел), тенісистку М. Шарапову та інших. Тема подається у виданні як розважальна, елемент таблоїдності, однак формує й певні стереотипи про сусідню країну.

Тематичний блок російської культури посідає в «Україні молодій» шосте місце – 17 публікацій (9%). Із них 10 матеріалів (58%) – література, 5 (29%) – кіно, і 2 (12%) – музика. Тема літератури представлена рецензіями, оглядами І. Бондаря-Терещенка, який не лише характеризує твори, а й пояснює їх зв'язок із перетвореннями в російському суспільстві. У сфері

кіномистецтва автори газети порушують питання замовного кіно, через яке здійснюється державна пропаганда, робиться висновок про низьку в цілому якість сучасної російської кінопродукції, на тлі якої подекуди з'являються й талановиті роботи, такі як «Географ глобус пропил» О. Велединського (Дацюк Г. Топографічний невдаха / Ганна Дацюк // Україна молода. – № 165. – 12 листопада.). У публікаціях на теми музики згадуються рок-гурт «Мумій Троль» і музичний фольклорний колектив «Буранівські бабусі».

Серед публікацій про Росію в газеті налічується 9 повідомлень про смерть видатних росіян нашого часу – бізнесмена Б. Березовського, актриси О. Аросевої, радянського письменника-фронтовика Б. Васильєва, засновника російської міжнародної ІТ-компанії «Яндекс» І. Сегаловича, журналіста В. Пєскова, винахідника М. Калашникова та інших. Ці матеріали ми об'єднали в окрему тему, що склала 5%.

Тема російських медіа (пропаганда, переслідування журналістів) за значимістю виявилася такою ж, як переїзд французького актора Ж. Депардє в Росію на постійне місце проживання (по 8 публікацій, або по 4%). Однак якщо перша є доволі серйозною й представлена в зв'язку з темою російської влади, то друга висвітлюється в жартівливому сенсі, часто порушується в жанрі анекдоту.

Ще менш важливою для видання стала тема російського суспільства – їй присвячено 7 матеріалів (4%). Ідеться про ставлення суспільства до влади (рейтинг президента В. Путіна), реакцію на її дії (мітинг у Москві проти прийнятого «закону Діми Яковлева»), курйозні випадки в російських сім'ях тощо. Крім того, заявлено про негативні явища – агресивний націоналізм і, як наслідок, міжнаціональні конфлікти, виступи представників корінних мешканців проти мігрантів.

Публікацій щодо військової сфери ми нарахували 4 (2%): про розміщення ядерних боеголовок в Калінінграді, призначення нового командувача Чорноморським Флотом РФ, недолугість російських військових.

Таким чином, «Україна молода», як і «День», зосередила увагу на міжнародних справах Росії та внутрішньому житті з точки зору негативів, яких завдає країні російська влада.

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 й через це не має шансів стати одним зі світових лідерів;
- країну з усебічно розвиненою культурою;
- державу з де-факто авторитарною владою і слабкою опозицією;
- національно та класово роз'єднане суспільство;
- країну з невільними медіа, утисками прав і свобод громадян, сильною державною ідеологією, яка, крім медіа, часто проникає в літературу й кіно;
- небезпечне місце для життя, де існує соціальна напруга, набрав розмаху тероризм, постійно трапляються аварії та природні катаклізми.

2.4. Україна в російських ЗМІ

Відповідно до наших підрахунків, кожна з російських газет приділила темі України («безвідносно» до Росії) майже однаковий відсоток матеріалів із загальної кількості публікацій, відібраних нами за ключовими словами. Так, у газеті «Московский комсомолец» із 208 матеріалів 74 відносяться до категорії «лише про Україну», що складає 36%, у «Независимой газете» таких 126 повідомлень із 367 – 34%, «Новая газета» представила 38 із 108 матеріалів – 35%, а «Российская газета» – 78 із 229, або 34%. Отже, в середньому цей показник в округленні до цілих складає 35%, що значно вище від середнього показника публікацій «лише про Росію» в українських виданнях.

У висвітленні України газета «Московский комсомолец» робить наголос на темі народних мітингів – 28%, або 21 публікація від сукупності «лише про Україну». За винятком двох, усі матеріали цієї теми висвітлюють Євромайдан, який одні автори показують як акцію громадянського спротиву нечесній владі, а інші – як масові заворушення, підготовлені опозицією, щоб прибрати владу в країні до своїх рук. Перші роблять розділення на позитивних героїв активістів і негативних героїв – представників державних структур, зокрема силових. Другі вважають учасників Євромайдану маріонетками й слідкують за ним з точки зору технологій управління натовпом. В обох випадках про втручання російської влади не йдеться – конфлікт показаний суто як внутрішньоукраїнський. Таким чином, ця тема пов'язана водночас із трьома іншими темами – суспільства, влади й опозиції.

Тема української влади посіла у виданні друге місце – їй присвячено 26%, або 19 публікацій, із яких 13 стосуються влади в цілому, 4 – діяльності Верховної Ради України, 2 – особистостей президента В. Януковича та його попередника В. Ющенка. Влада представлена як недбала, корумпована, не зацікавлена у вирішенні проблем інших верств суспільства, у середовищі її представників прийнято жити в розкошах на відмиті гроші (описано

святкування дня народження В. Януковича). Ані президент, ані прем'єр-міністр не здатні вести конструктивний діалог із громадськістю чи бодай адекватно оцінити ситуацію в країні, обидва порушують свої обіцянки й роблять заяви, що не відповідають дійсності.

Українське суспільство стало темою 13 матеріалів про Україну, або 18%. Ідеться насамперед про низку негативних явищ і процесів у ньому – від західноукраїнського націоналізму, показаного в негативних проявах, до недбалого поводження з дітьми (до речі, ідеться також про львів'ян та їхню дитину-«мауглі»). Крім того, оцінка українського суспільства – найчастіше позитивна – дається й у публікаціях, що висвітлюють події на Євромайдані. Тут його характеризують як волелюбне, здатне до єднання, взаємодопомоги, захисту своїх інтересів перед владою. Українці постають як щиросердні, іноді простакуваті, іноді занадто довірливі, та в цілому їх образ позитивний за винятком певних груп населення, про які було сказано.

Діяльність української парламентської опозиції розглядається «Московским комсомольцем» у 11 газетних повідомленнях (15%). Із них 6 публікацій стосуються ув'язнення колишнього прем'єр-міністра Юлії Тимошенко: видання стежить, чи допоможе підготовка України до підписання асоціації з ЄС звільнити жінку, позбавлену волі, як стверджується, з політичних мотивів. У зв'язку з подіями на Євромайдані опозиція представлена то як маніпулятор, який спланував і координує ці події, то як політична сила, якій суспільство не дало взяти ситуацію під контроль і перетворити акцію громадського протесту на політичну боротьбу за посади.

У 10 відібраних текстах (14%) Україна представлена з точки зору спортивної тематики. Найчастіше (в шести матеріалах) ідеться про боксера В. Кличка, його проведені й заплановані двобої, особисте життя, три публікації стосуються футболу, одна – автоспорту.

Україна як небезпечне для життя місце представлена в 11% публікацій. Більшість із них – 6 повідомлень – про кримінальні злочини, ще по одному –

про аварію й теракт. Ідеться про зґвалтування в селищі Врадіївка за участю представників місцевої міліції, вибухи в Дніпропетровську.

Ще менш висвітленою виявилася тема культури – їй присвячено лише 7 матеріалів (9%), два з яких інформують про кінофестиваль в Україні, решта – про зірок шоу-бізнесу Ані Лорак, О. Скрипку, Потапа й Н. Каменських, гурти «Океан Ельзи» та «Квест Пістолс». При цьому всі виконавці постають у позитивному світлі. В інтерв'ю з частиною з них зачіпаються питання політики й суспільних настроїв в Україні. Можна помітити, що в публікаціях і про українсько-російські відносини, і лише про Україну українська культура представлена, по-перше, україноцентрично, а, по-друге, у своїй основі як музично-популярна. Від того складається уявлення, що українці взагалі не творять високої культури.

Медійна тематика в газеті склала 8% – 6 публікацій, одна половина з яких повідомляє про утиски свободи слова, а саме побиття журналістки Т. Чорновіл під час Євромайдану, інша – про діяльність окремих українських ЗМІ та їх працівників.

Зовнішні відносини України репрезентовані 4 публікаціями: 3 стосуються її контактів із ЄС та 1 – із невизнаним світовою спільнотою Придністров'ям. Щодо ЄС – ідеться про хід виконання Україною вимог союзу для підписання Угоди про асоціацію, також згадується підтримка протестувальників на Євромайдані представниками Західних країн.

До категорії випадкових у цьому списку ми віднесли тему погодних умов та діяльності скандальної жіночої організації FEMEN.

Отже, загальна тематика висвітлення України в газеті «Московский комсомолец» – суспільно-політична: найбільше її цікавлять відносини між владою та суспільством і досвід боротьби за свої права українських громадян.

«Независимая газета» розставила акценти інакше. Найчастіше в поле її зору потрапляли міжнародні відносини України – 32%, або 40 публікацій: 25 про взаємини з ЄС, 4 – з Білоруссю, по 3 – зі США та Придністров'ям, по 1 –

з Польщею, Грузією, Казахстаном, Пакистаном і Сирією. Майже в усіх матеріалах про відносини України з ЄС водночас порушується й тема політичних в'язнів Ю. Тимошенко й – у поодиноких випадках – Ю. Луценка, звільнення яких тривалий час залишалося однією з висунутих Євросоюзом умов підписання Угоди про асоціацію. Спочатку ця та інші умови представлені нейтрально, пізніше (з вересня) називалися ультиматумами. Газета повідомляє також про обіцянки ЄС сприяти Україні у вирішенні проблеми диверсифікації газових поставок та надавати фінансову допомогу. Ідеться також про складність для України прийняти європейські норми гендерної рівності та терпимості до прав сексуальних меншин. Із Білоруссю та Казахстаном, відповідно до матеріалів видання, в Україні склалися доброзичливі партнерські відносини. Про конфліктні відносини йшлося лише з Польщею, і то в минулому – в контексті Волинської трагедії.

На другому місці за активністю висвітлення – українська влада, зокрема її законодавча гілка. Ідеться про закони, які приймаються в країні (16 публікацій), безлад у парламенті через протистояння провладної більшості й опозиції (12). Особлива увага приділяється націоналістичній партії ВО «Свобода». Влада зображується як така, що приймає не виважені закони, що призводять до конфліктів серед населення (закон про регіональні мови), не захищає реально права громадян (законодавство не гарантує безпеку для біженців), працює на виборчі рейтинги, а не на покращання життя в країні. Президент показаний нездатним навести лад в органах влади то через невизначеність позиції, то через нестачу повноважень. Влада не може домовитися з опозицією, щоб розблокувати роботу парламенту, водночас сама опозиція проводить акції протесту по всій країні, подає до розгляду у Верховній Раді законопроекти про імпічмент президента, домагається відставки уряду.

Якщо говорити окремо про тему політичних в'язнів, яка завжди висвітлюється у зв'язку з питаннями підготовки України до асоціації з ЄС, то

в «Независимой газете» вона становить 23%, або 29 публікацій. Крім однієї, усі присвячені колишньому прем'єр-міністрові Ю. Тимошенко.

На четвертій позиції опинилися відразу три теми: Євромайдан, суспільство і Крим. Кожній із них відведено по 9%, або по 11 публікацій. Перші дві теми у низці публікацій взаємопов'язані: ще з початку року видання звертає увагу на протестні настрої серед українців (проводячи аналогії з «арабською весною», «турецьким сценарієм»), на прояви націоналізму в суспільстві як ворожого ставлення до всього російського. Знаходимо згадку і про сепаратистські ідеї в країні (угорська меншина прагне створити анклав). Видання цікавиться відносинами влади й людей, які вийшли на акцію протесту: чи підконтрольна ситуація президенту, чи надасть він належну увагу сигналам, що надходять від суспільства, чи вдасться налагодити діалог, чи відступлять протестувальники у відповідь на вжиті силовими структурами заходи, чи піде влада на поступки громадянам, як відгукнуться про Євромайдан керівники інших країн.

У темі Криму з 11 публікацій 7 пов'язані з боротьбою кримських татар за розширення автономії республіки, їхню громадську активність, протистояння з владою, спільні проекти з опозиційною партією «Свобода».

Отже, у всіх матеріалах останніх трьох тем Україна показана як слабка держава, де існує соціальна напруга, невдоволення владою та відцентрові тенденції.

Темі економіки відведено 7% – 9 матеріалів, більшість із яких стосується отримання Україною кредиту від МВФ через неспроможність самостійно розраховуватися із зовнішнім боргом.

По 4%, або по 5 повідомлень інформують про забезпечення України газом (пошук шляхів диверсифікації поставок скрапленого газу, початок видобутку сланцевого газу) та про підготовку до виборів мера міста Київ.

Кілька публікацій (3%) стосуються порушення в Україні права на свободу слова, а також фізичних розправ над журналістами: повідомляється

про хід розслідування вбивства журналіста Г. Гонгадзе та побиття журналістки Т. Чорновол.

Побіжно – 1-2 публікаціями – згадані теми туризму (зокрема в Криму та Одесі), української історії, армії, освіти, спорту, діяльності скандальної організації FEMEN.

Таким чином, «Независимая газета» виявила найбільший інтерес до політики України – як міжнародної, так і внутрішньої, до здатності чинної влади застосовувати жорсткі методи управління країною і реакції на них суспільства.

«Новая газета» найчастіше обговорювала дві пов'язаних між собою теми – української влади та політичних переслідувань в Україні. Кожній із них присвячено по 10 публікацій (по 26%). У темі влади помітні три основних відгалуження: нерозумний президент, безлад у Верховній Раді та окремі особистості (В. Янукович, В. Кличко, Л. Кравчук). Президент України у виданні піддається глузуванню, зображується в незручних ситуаціях. У його оточенні кожен турбується лише про себе й не має наміру залишатися з ним у скрутну хвилину (як у часи Євромайдану). Інформація про Верховну Раду в газеті передусім стосується бійок, влаштованих депутатами в сесійній залі, невиважених законопроектів, що подаються до розгляду, необґрунтованих витрат, передбачених бюджетом.

У темі політв'язнів акцент робиться, як і в інших російських виданнях, на справі Ю. Тимошенко (9 публікацій із 10) і побіжна увага приділяється Ю. Луценкові (колишньому міністру МВС України) – 1 повідомлення. У той час як у «Независимой газете» увага до Ю. Тимошенко більше пов'язана з питанням, чи підпише Україна Угоду про асоціацію з Європейським Союзом, журналістів «Новой газеты» цікавить у першу чергу доля політичної ув'язненої, яку позбавляють справедливого суду й засобів до відстоювання своїх прав.

На другому місці тема міжнародних відносин – 21%, або 8 матеріалів, 7 з яких – про відносини України та Євросоюзу, іще 1 – України та Польщі. 3

Європейським Союзом відносини характеризуються, як нечесні, лицемірні з обох боків – для досягнення асоціації В. Янукович не робить реальних кроків для впровадження демократичних принципів у країні, а ЄС робить вигляд, що його умови виконуються. У відносинах України й Польщі очікувалася напруга в зв'язку з річницею Волинської трагедії та заявою українських посадовців про вину українців у геноциді польського народу.

Пов'язана з попередньою тема Євромайдану висвітлюється у 16% (6) матеріалів про Україну. Хоча й не заперечується зв'язок акції з планами опозиції повалити чинну владу, протест у цілому представлено як акт народного волевиявлення, що показує можливості впливу суспільства на діяльність владних інституцій за умови ідейного єднання людей. Особливо «Новая газета» зосередилася на реакції української влади, чинниках, які змусили її капітулювати, і спробах повернути контроль над країною.

У 13% публікацій ідеться про Україну як небезпечне місце. Із 5 матеріалів 2 повідомляють про теракти, 2 звертаються до теми аварії на Чорнобильській АЕС і 1 стосується «врадіївської справи» – зґвалтування, у якому звинуватили співробітників відділу міліції селища Врадіївка.

У «Новой газете», як і в інших російських виданнях, порушена тема українського націоналізму (3 публікації, або 8%), однак ми винесли її окремо від теми суспільства, оскільки в цьому виданні про націоналізм ідеться лише в специфічних випадках скандалів за участі футбольних уболівальників та штучного розпалювання ворожнечі серед населення 9 травня, в День Перемоги.

Повсякденне життя українського суспільства стало темою 2 матеріалів, стільки ж присвячено спорту (футболу) та історії (Волинській трагедії та діяльності ОУН-УПА).

Найменше повідомлень у виданні стосується української армії, медіа та олігархів – по 1 публікації.

Загалом «Новая газета» зосереджується на висвітленні української влади як непрофесійної, неорганізованої, але схильної провадити жорстку

політику у відношенні до своїх громадян, порушувати їхні права та свободи. Вона прагне політико-економічного єднання України з Євросоюзом, але виявляється неспроможною керувати країною за допомогою демократичних методів.

Аналіз державного видання «Российская газета» свідчить про зміну акцентів у тематиці: перше місце посіла тема зовнішніх відносин України. Таких публікацій нараховується 22 (28%), із них 21 висвітлює зв'язки України з ЄС і лише 1 з Китаєм. У публікаціях щодо відносин із Євросоюзом повторюється думка про неприхований диктат ЄС (тиск, погрози, ультиматуми, контроль), а підписання сторонами Угоди про асоціацію трактується як початок кінця державності України. При цьому Євросоюз може змінювати тактику, послаблювати вимоги до української влади або відмовлятися від них, аби досягти задоволення власних інтересів. Україна представлена в цих відносинах як жертва обставин, яка потребує порятунку. Контакти з Китаєм описані нейтрально.

За міжнародною проблематикою йдуть одразу дві теми, яким редакція газети відвела порівну матеріалів: українська влада і спорт. У першій акцент робиться на недоліках керівництва держави: Україні не вистачає «сильної руки», здатної навести лад; депутати не вміють домовлятися між собою, влаштовують безлад у Верховній Раді, яка або не може розпочати роботу через блокування трибуни, або приймає закони, що дозволяють чиновникам прикрашати свої кабінети творами мистецтва з державних запасників, передбачають пенсійний збір з громадян при обміні валют; президент просуває бізнес своїх синів, приховує статки в податковій декларації; через тендерні махінації столицю засаджують звичайними каштанами замість елітних сортів, мери українських міст відмовляються виходити на роботу через заборгованість по заробітній платі тощо.

Тема українського спорту представлена 9 повідомленнями про футбол (команду «Шахтар») та 7 про бокс (В. Кличко), у яких Україна постає як

сильна в цих видах спорту, хоча щодо футболу є повідомлення як про перемоги, так і про поразки.

Активно, як і в інших російських виданнях, висвітлювався Євромайдан – 14 матеріалів, або 18%. Якщо майже весь рік газета підкреслювала непорядки в українській владі, то з початком нового Майдану почала підтримувати президента В. Януковича, показувати його як стійкого, послідовного, здатного захистити інтереси країни перед Євросоюзом. Він намагається працювати, незважаючи на «підкуплений» натовп під адміністрацією. Таким чином, ця низка публікацій пов'язується з темами влади та відносин із ЄС. Сама акція показана як підконтрольна опозиційним партіям українського парламенту, однак в інших містах і навіть у самому Києві більшість громадян її не підтримує. Наголошується, що акція ретельно спланована, а її учасники – переважно мешканці русофобської націоналістичної Західної України – займаються вандалізмом та хуліганством.

У темі суспільства, яка становить 13% (10 публікацій), продовжується викриття націоналізму (4 матеріали, у яких фігурує місто Львів), а також обговорюється низький рівень життя в Україні: зростання цін на продукти, високі комунальні тарифи, борги по зарплаті.

Ув'язнення Ю. Тимошенко згадується у 8 публікаціях, але не як справа політичного в'язня, а як резонансна кримінальна справа, що стала «розмінною монетою» у відносинах із ЄС, засобом тиску Європи на Україну, схиляння її до покори і, як наслідок, позбавлення державності.

У 3 публікаціях ідеться про українську армію, 2 присвячено українській економіці загалом і по 1 повідомленню відведено темам забезпечення країни газом, Криму, медіа, культури, залізничного сполучення та діяльності FEMEN.

Теми української історії й культури «безвідносно» до Росії у виданні не висвітлені.

Таким чином, «Российская газета» представила Україну як державу зі слабкою владою, нездатною навести лад навіть у своїх лавах, а тим паче, у збуреному опозицією суспільстві, яке 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, у той час як в українських – 8). При цьому основні аспекти висвітлення України такі:

- неспроможність української влади керувати країною, зокрема із застосуванням демократичних методів. Відкрито не пов'язуючи цю тему з Росією, видання ніби підкреслюють, що в російській владі, на противагу сусідній країні, президент скрізь забезпечує порядок;
- обмеженість зв'язків з іншими державами, відсутність в Україні реальної підтримки з боку Євросоюзу; у той час, як в українських ЗМІ Росія показана у відносинах із низкою інших держав, Україна в російських представлена переважно в контактах із ЄС;
- найбільш вартою уваги сферою сучасної української культури є поп-музика, а серед видів спорту – бокс і футбол;
- в Україні порушується свобода слова, чиняться фізичні розправи над журналістами, ЗМІ 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 медіа та журналістів поза випадками утисків;
- Україна – небезпечне для життя місце через аварії, тероризм, кримінал, у якому замішані й правоохоронні органи.

Висновки до розділу 2

Числові дані засвідчили, що українські видання вдвічі частіше звертаються до тематики українсько-російських відносин (тут і самі матеріали в середньому більші за обсягом, ніж у газетах сусідньої держави), ніж російські. Водночас у пропорції російські медіа з більшою увагою висвітлюють Україну безвідносно до РФ, ніж українські газети Росію безвідносно до України.

До десяти найпоширеніших тем в українських газетах увійшли такі (в порядку від більш до менш висвітлюваних): Україна – ЄС / Україна – МС, питання газових поставок та створення газотранспортного консорціуму; історія; культура; медіа, інформаційний вплив Росії на Україну, російська пропаганда; спорт; торгівля; співпраця у важкій промисловості; українська та російська мови в Україні; Євромайдан.

У російських виданнях десятьма найчастіше висвітлюваними стали теми: Україна – ЄС / Україна – МС; Євромайдан; спорт; питання газових поставок та створення газотранспортного консорціуму; торгівля; культура (шоу-бізнес); кордон; історія; медіа, пропаганда; релігія, церква.

Співвідносячи головні теми, яких торкалися російські видання при висвітленні окремо України, із темами, яких вони торкалися при висвітленні українсько-російських відносин, можна простежити виразні паралелі. В обох випадках на перших позиціях опинилося теми зв'язків із третіми країнами (передусім європейськими), Євромайдану, спорту. Так само паралелі спостерігаються й при висвітленні власне Росії та українсько-російських відносин в українських ЗМІ. Провідні позиції тут належать темам зв'язків з третіми країнами, історії, культури, медіа та пропаганди.

Таким чином, серед популярних в обох країнах опинилися теми Україна – ЄС / Україна – МС; питання газових поставок та створення газотранспортного консорціуму; Євромайдан; спорт; торгівля; культура; медіа й пропаганда; історія. Однак не для всіх із них характерне вживання

назв Україна та Росія на позначення дійових осіб, що необхідно для актантного аналізу. Так, у темах культури й спорту об'єктами висвітлення є переважно конкретні особистості, колективи, команди. Крім того, тема ЗМІ висвітлена асиметрично: в українських газетах більш розвинена й почасти співвіднесена зі взаєминами між державами, у російських – зорієнтована на особистості, конкретні випадки, без виведення на рівень відносин між країнами, тому ці матеріали проблематично порівняти. Отже, ми залучатимемо до подальшого розгляду публікації чотирьох найпоширеніших в українських та російських ЗМІ тем, а саме Україна – ЄС / Україна – МС, відносини в газовій сфері, торгівля та Євромайдан.

РОЗДІЛ 3

СОЦІОКУЛЬТУРНІ СМИСЛОВІ ОСОБЛИВОСТІ НАРАТИВІВ ПРО
УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКІ ВІДНОСИНИ В ЗМІ УКРАЇНИ ТА РОСІЇ**3.1. Актантне моделювання теми Україна – ЄС / Україна – МС**

За матеріалами газети «День» у межах теми Україна – ЄС / Україна – МС ми побудували 98 моделей: у 47 в ролі «суб'єкта» виступила Росія (такі моделі називатимемо для зручності росієцентричними), а в 51 – Україна (україноцентричні моделі).

Склавши узагальнену модель висвітлення цієї теми з точки зору України як головного героя (додаток А1), побачили такі тенденції. По-перше, у ролі суб'єкта в більшості випадків залишається Україна як ціле (71%), значно рідше на її місці з'являються такі актори, як українська влада, українці, Україна разом з ЄС, пострадянські люди в Україні, «європейська душа українського народу».

Найчастіше об'єкт бажання й пошуку України – вона сама, але в новій якості – асоційованого члена ЄС. Між цим та іншими об'єктами спостерігається відношення підрядності, оскільки і демократичні цінності укріплення суверенітету, і модернізація економіки та внутрішньо-економічні реформи, і заможне життя, і покращання відносин з Росією (перехід до рівноправних) пов'язується з європейською асоціацією й характеризується як відродження України. Відправник героя при тому не визначений у 78%, тобто в цілому залишається невиявленим, хто або що змушує Україну шукати самооновлення. У меншості ж моделей вказується, що такою силою є українське суспільство, законодавство України, президент, Росія тощо.

Адресат теж залишається неоднозначним і поверхневим. У 37% схем – це сама ж Україна (діє заради себе), у 22% – не зазначено. В одиничних випадках вищою метою є правова Україна та возз'єднання з європейською сім'єю народів.

Помічник при цьому в 35% не згадується, в інших визначається як ЄС, українці з їхніми «допоміжними» рисами (вірою, терплячістю, надією на Бога й самих себе, організованістю тощо, вірністю європейським цінностям). Важливою також визнається політична воля влади та фактор Росії, яка змушує своєю грубою політикою щодо України шукати альтернативних союзників.

Тому Росія – це ще й першочерговий опонент України, оскільки чинить перешкоди підписанню Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Як варіанти виступають також актори В. Путін, Кремль, Москва (у зв'язку з оцінкою Росії в ЗМІ як тотально підконтрольної президентові, до цих факторів звертаються взаємозамінно). У кількох випадках згадано проросійські сили в Україні, а також Митний союз. Загалом «російський» блок акторів становить 80%.

Рідше – у 20% – опонентом України на шляху до євроінтеграції постає ЄС, який ставить для України бар'єри, не йде на поступки й не бажає конфліктувати із супротивником України – Росією.

Значну відповідальність покладено і на власні, українські чинники: передусім, Україні активно перешкоджає влада, яка співпрацює з Росією, а пасивно – Україна й українці, які не ставлять чіткої мети, мають «волячу» терплячість, дозволяють Росії нав'язувати свою волю. Усього цей блок становить 33%. Підсумкова схема із суб'єктом Росією по суті є розгортанням позиції опонента України (додаток А2) Власне Росія виступає тут головним героєм у 62% схем, російська влада – у 36%.

В абсолютній більшості об'єкт бажання Росії й, зокрема, влади – Україна (79%). Суб'єкт прагне впливати на неї, зробити її слабкою, нестабільною, не дозволити інтегруватися в ЄС. Метою при цьому є Росія, Митний союз і далі – відновлення Російської імперії чи СРСР як протиположності ЄС. Відправник найчастіше невизначений, на другому місці – російська влада з її великоімперськими амбіціями.

Опонентами Росії в контексті висвітлення газетою «День» теми Україна – ЄС / Україна – МС є Україна та Євросоюз. У низці актантних моделей ідеться про перешкоди, які Росія створює собі сама – чинить тиск, є бідною та відсталою, чим відвертає від себе Україну, її політики недалекоглядні й ворожі до західних країн.

Помічниками Росії в реалізації мети виступають у першу чергу фактори впливу на Україну (політичний, економічний, газовий тиск), переважно без зазначення дійових осіб (крім інформаційної кампанії з дискредитації України, яку провадять федеральні ЗМІ та політики РФ). Активно сприяє Росії також продажна українська влада, а пасивно – сама Україна через енергетичну залежність від Росії.

У газеті «Дзеркало тижня» вдалося вивести 46 моделей за публікаціями теми Україна – ЄС / України – МС, 26 – із головним героєм Україною і 20 – із Росією.

Моделі, побудовані довкола України (додаток Б1), в більшості визначають суб'єктом саму Україну (65%), рідше – українську владу (30%) і громадян.

Об'єктом пошуку в 70% є Україна в асоціації з ЄС, значно рідше – рівновага між євроінтеграцією та співпрацею з Росією та МС.

Відправник України переважно не визначається. На пошуки герой вирушає заради свого виживання та розвитку, втечі від Росії, радянського минулого, щоб віднайти рівноправні стосунки з Росією, а також заради самоствердження, привнесення європейських стандартів у різні сфери життя країни, а також заради дітей.

У досягненні мети помічником України майже в половині випадків постає Захід (ЄС, США, МВФ), але йдеться передусім про його потенціал, а не реальні дії, крім того, значущим є вплив Росії (у тому числі й окремих політиків), яка, створюючи для України перепони, отримує зворотній ефект. Допомагає також українське суспільство з його налаштованістю на зміни, реформи, дії. Супротивник у більшості визначається як Росія, російська

влада, російські ЗМІ, що тиснуть, погрожують, прагнуть дискредитувати Україну перед Європейським Союзом.

Пасивно чинить собі перешкоди й влада України, яка не вміє захищати інтереси держави, не поділяє європейських цінностей; Україна в цілому через залежність від Росії; громадяни, які не можуть дійти згоди з приводу інтеграції країни через низьку поінформованість. Пасивним супротивником названо також ЄС – через невизначеність позиції.

Узагальнена модель із суб'єктом Росією (додаток Б2) представляє собою головного героя у 50% як країну в цілому, в інших 50% – як російську владу (В. Путін, Кремль, Москва тощо). Об'єкт її пошуку у всіх моделях – Україна. Шляхом зриву підписання Угоди про асоціацію України та ЄС Росія прагне здобути Україну задля відновлення Російської імперії або відновленого СРСР (одержувачі). Митний союз в такому процесі є проміжною ланкою інтеграції.

Адресант при цьому переважно не згадується, у поодиноких випадках ідеться про російську владу, суспільний консенсус щодо повернення України. Помічником українське видання вважає технології примусу, застосовані самою Росією (економічні війни, тиск, погрози, компрометація), (згадано деякі виконавці), (медіа, банки), а також президент України, який потенційно здатен піти назустріч Росії.

У якості супротивника Росії постає ЄС, або Україна разом з ЄС, які збираються підписати Угоду про асоціацію й тим самим можуть зруйнувати плани Росії відтворити імперію.

Зокрема Росії в Україні протистоять громадяни, «хворі на націоналізм», та частина владної еліти, яка не хоче ділитися належними їм ресурсами з росіянами.

За матеріалами газети «Україна молода» ми склали 51 модель: у 29 суб'єктом постає Україна, ще в 22 – Росія.

У моделях із суб'єктом Україною (додаток В1: Україна – 69%, українська влада – 24%, решта – громадяни) у якості об'єкта зазначена, як і в

попередніх виданнях, сама ж Україна, інтегрована в ЄС, цивілізаційні цінності, які, вважається, може принести євроінтеграція, йдеться про прагнення поєднати асоціацію з ЄС зі співпрацею з Росією, а також отримати фінансову вигоду. Мета пошуку об'єкта – духовно і економічно відроджена Україна, задля незалежності, підвищення рівня життя сучасників і нащадків, модернізації економіки і встановлення рівноправних відносин з Росією.

Адресантів у 83% публікацій не було вказано. Зрідка йшлося, що ними є громадяни України та президент В. Янукович.

Так само в більшості невизначеним залишився й помічник, утім 31% схем із суб'єктом Україною в ролі такого актанта містять ЄС, незначна кількість – Росію та російську владу: йдеться або про потенційно плідну співпрацю з нею за умови налагодження відносин, або про зворотній результат тиску Росії на Україну, щоб перешкодити інтеграцію в Європейський Союз.

Відтак, у більш ніж половині схем Росія й, зокрема, російська влада (В. Путін, Кремль, Москва), а також Митний союз як проект РФ несуть на собі функціональні характеристики супротивника – тиснуть, погрожують, шантажують, підкупляють.

Пасивно перешкоджають також українська влада, яка не бажає реально працювати над реформуванням країни та ослаблена українська нація.

Росію як суб'єкта у 64% схем представляє влада, у решті – власне Росія (додаток В2).

Об'єктом Росії постає Україна, іноді зазначається, що Україна важлива разом з іншими пострадянськими землями. Зазначається, що Росія прагне відібрати український суверенітет, свободу, зробити її підконтрольною, а відтак, не допустити зближення України з ЄС.

Адресант – реанімована Російська імперія, проміжними етапами побудови якої мають стати Митний союз та ЄврАзЕС задля глобального впливу Росії.

Відправник переважно не згадується (91%). Супротивник Росії найчастіше не актуалізується в тексті, проте в деяких випадках цей актант представлений ЄС (27%), іншими західними країнами та міжнародними організаціями (Литва, США, НАТО).

У ролі помічника Росії виступає українська влада, передусім В. Янукович, який, вважається, часто діє в інтересах російського керівництва, а також інші проросійські сили в Україні: Комуністична партія на чолі з П. Симоненком і партія «Український вибір», очолювана В. Медведчуком, що сприяють зближенню України з Митним союзом.

Допоміжними для Росії названі й засоби впливу на Україну – торговельні війни, кредит у якості грошового заохочення.

У державному виданні «Урядовий кур'єр» загальна кількість виявлених нами моделей становить 30, що пов'язано з форматом видання, у якому більшість публікацій на тему Україна – ЄС, Україна – МС становлять звіти, інформація стосується конкретних посадовців, установ, підприємств, події нечасто інтерпретуються журналістами та експертами для читацького загалу, відтак персоніфіковані Україна та Росія згадуються рідше, ніж в інших розглянутих ЗМІ. Помітна й інша тенденція: значне переважання виявлених нами моделей з головним героєм Україною (25) над моделями з головним героєм Росією (5).

У першій (додаток Г1) суб'єкт у 88% випадків – сама Україна, у меншості – українська влада, зокрема уряд і парламент.

Об'єкт пошуку виявляється неоднозначним: ідеться як про Україну, інтегровану в ЄС (важливим здобутком при цьому вважаються й демократичні європейські цінності, й новий ринок), так і про Україну в співпраці з Росією, Митним союзом або водночас із західним та східним наддержавними утвореннями. Сила, яка змушує Україну вирушати на пошуки цього невиразного об'єкта, в абсолютній більшості моделей не зазначена, лише у двох ідеться, що головний герой керується прийнятим раніше українським законом про визначення інтеграційних пріоритетів.

Одержувач також чітко не виражений: у 68% схем не зазначений взагалі, в 28% – це сама ж Україна (суб'єкт здобуває об'єкт для себе).

Так само достеменно невизначеними залишаються помічник та опонент. Перший не актуалізовано жодним автором у 76% схем. В поодиноких випадках таку позицію представляє українська влада, бізнес, ЄС, Росія, яка надає кредит, Кремль, який намагається не допустити Україну в Євросоюз, але викликає зворотну реакцію тощо.

Супротивника не було виявлено в 64% моделей, у решті випадків ним одноголосно стала російська влада (Москва, Кремль, Росія у відповідному значенні), яка погрожує, тисне, інформаційно атакує Україну. Цей опір пов'язаний лише з прагненням України стати асоційованим членом ЄС, для решти об'єктів бажання супротивників не виявлено.

У схемах з головним героєм Росією (додаток Г2) суб'єктом одностайно зазначено російську владу. Об'єктом її пошуку є Україна (як варіанти: Україна, інтегрована в євразійські структури й позбавлена асоціації з ЄС; Україна разом з іншими країнами Східного партнерства).

Визначені одержувачі України – Росія, Митний союз, відправник в основному залишений в «Урядовому кур'єрі» поза увагою. В одному випадку вказано, що здобувати Україну російська влада змушена через страх перед російським суспільством: втратити його прихильність означає позбавити себе високих посад у державі.

Помічника визначено майже в усіх моделях: торговельні санкції, пропаганда проти України, проросійські сили в Україні. Таким чином, допомога організовується самою ж Росією.

Єдиним визначеним супротивником став Європейський Союз.

Загальними тенденціями у висвітленні теми Україна – ЄС в українських виданнях є такі (додатки М1, М2).

1) Як головні герої в росіє- та україноцентричних моделях найчастіше представлені відповідно Росія (із невеликим відривом російська влада) та

Україна в цілому. Таким чином конфлікт показаний як боротьба між двома країнами або між країною і владою іншої країни.

2) Відносно України суб'єкт Росія найчастіше виконує функції супротивника, тому моделі з Росією в якості головного героя стають у такому разі розгортанням позиції протиборця.

3) Відносно Росії-суб'єкта Україна в основному виконує роль об'єкта пошуку і значно рідше – одночасно й ворога.

4) Характерною рисою україноцентричних моделей цієї теми є розподіл ролі супротивника між Росією та самою Україною, яка пасивно сприяє ворогові через притаманні їй особливості історичного шляху, ментальності, національного характеру, залежності від Росії тощо.

5) Українські медіа схильні при висвітленні цієї теми приділяти більше уваги опонентам України, аніж помічникам, а помічникам Росії – більше, аніж опонентам.

6) Якщо основним об'єктом Росії є Україна у сфері її впливу, то головний об'єкт України – сама ж Україна, але в новій якості (асоційованого члена ЄС, демократичної держави, носія європейських цінностей).

7) Росія та Україна мають схожих адресатів – самих себе, але відроджених: Росія – у статусі нової імперії, що має глобальний вплив, Україна – суверенної, незалежної демократичної держави.

8) В обох групах схем (з Росією й Україною як суб'єктами), повторюваних в різних виданнях, адресанти – це влада й суспільство. Крім того, для України адресантом ще може бути Росія (позиція якої змушує Україну прагнути певного блага) та українське законодавство.

В «Независимой газете» в контексті теми інтеграційних процесів (Україна – ЄС / Україна – МС) ми виявили 95 моделей. Більшість із них україноцентричні (60), однак у зв'язку з тим, що для російських ЗМІ більш важливий герой – Росія, починати аналіз доречніше з росієцентричних моделей (додаток Д1).

Головний герой представлений переважно самою Росією (57%), рідше російською владою (34%) та незначною мірою Митним союзом (11%) як об'єднанням, ініційованим і фактично підконтрольним Росії.

Об'єкти бажань Росії так чи інакше пов'язані з Україною: у 89% моделей благом, якого прагне Росія, є сама Україна та різноманітні способи взаємодії з нею – як дружні, так і жорсткі.

Для Росії бажаний зрив європейської інтеграції України та її входження в зону впливу РФ, зокрема через приєднання до Митного союзу. Об'єкти нижчого порядку (що слугують досягненню цього блага) – діалог з Україною, налагоджені відносини, торговельна співпраця й водночас торгові бар'єри, жорсткі умови співпраці, які, з одного боку, пояснюються потребою захистити ринок Митного союзу, з іншого – прагненням тиснути на Україну, змушуючи до євразійської інтеграції.

В адресатах значаться Митний союз (до нього має долучитися Україна), Росія як промислова держава, відроджена імперія у формі, наприклад, ЄврАзЕС.

У пошуках об'єкта Росії допомагають поступки України та засоби тиску на неї, частина з яких повторюється в об'єктах нижчого порядку, хоча список помічників усе ж таки ширший: статус спостерігача в Євразійському об'єднанні, обіцяний Україні, фінансова допомога, пільги на енергоносії, режим сприяння тощо. Однак усе це потенційні помічники, предмети обміну, дієвість яких залежить від України.

Крім того, помічниками Росії є різні види економічного, політичного та інформаційного тиску на Євросоюз, а також – проти власної волі – українська опозиція у Верховній раді.

Супротивник у більшості не зазначається (74%), у решті ж випадків це Україна за умови підписання Угоди про асоціацію, Євросоюз, а також тиск самої Росії, який замість допомоги завдав шкоди через зворотну реакцію України.

У свою чергу Україна-суб'єкт представлена багатьма акторами (додаток Д2). До найбільшого блоку входять влада й пов'язані з нею суспільні кола: політики, бізнесмени та олігархи, еліта (владна), в різних комбінаціях: В. Янукович, його команда, українська еліта, Київ, українська влада тощо. Цей блок становить 55%. Власне Україна постає суб'єктом у 35% моделей, ще рідше – ідеться про українське суспільство чи його частину (12%).

Найчастіше в моделях цієї групи об'єкт бажання України – інтеграція в ЄС із супутніми вигодами (38%), трохи рідше – асоційоване членство в ЄС і співпраця з Митним союзом без членства в ньому, тобто робота за обома векторами (32%).

У 17% схем у ролі об'єкта постають певні особливості відносин із Росією, ведення з нею діалогу: налагодження спілкування, поступки РФ Україні, рівноправ'я тощо.

Ще в 17% – блага, пов'язані з життям України як окремої держави: суверенітет, територіальна цілісність, час (для прояснення ситуації), сильна економіка, реформи тощо.

У більшості моделей адресант не визначений, а серед заявлених є внутрішні сили (влада, закони, бізнес, соціально-економічна ситуація) і зовнішні (Росія з її провокаціями, торговельними війнами, страх перед нею, а також Євросоюз).

Одержувач у 20% Україна, у 8% – українці з їхнім прагненням європейських стандартів, гідного рівня життя та окремі групи населення (8%) й українська влада (7%), у решті моделей адресат не визначений.

Помічники й супротивники, як і адресанти, належать до трьох груп: Росії та Митного союзу, Європи, самої України. Переважна більшість – потенційні, а не дійсні помічники. Водночас для майже всіх заявлених супротивників відчувається вже зараз тиск Росії, окремих структур чи політиків (торговельний, газовий, інформаційний диктат, вимоги ЄС до

української влади, а також сама влада (пасивно), опозиція, учасники Євромайдану (активно) й економічна ситуація в країні.

За публікаціями видання «Московский комсомолец» складено 26 схем: 17 із головним героєм Україною та 9 – із Росією.

У росієцентричних схемах власне Росія постає суб'єктом у 67%, решта – влада (додаток Е1). Об'єкт пошуків головного героя розділений майже порівну на інтереси РФ в Україні та внутрішньо-російські інтереси. До перших відносимо власне Україну, зокрема: стабілізовану українську газотранспортну систему, зміну умов імпорту її товарів, введення візового режиму.

Друга група об'єктів – захист російської продукції, ринків і національних інтересів у цілому. Такі блага шукаються заради Митного союзу та Росії, їх ринків, національних інтересів (адресат).

Ще один об'єкт – бюджетні «вливання», адресовані «потрібним людям» в Росії (ідеться про схеми відмивання грошей, у яких задіяні обидві країни).

Адресант найчастіше не визначений. Іноді – у 22% – ідеться про потенційну роль України як відправника (у разі асоціації з ЄС).

Помічники Росії – це методи задобрювання (кредит, надання статусу спостерігача в МС), тиск та залякування України щодо євроінтеграції, а також колеги по Митному союзу (Білорусь, Казахстан), разом із якими Росія сподівається натиснути на Україну єдиним фронтом. Серед зазначених супротивників – ЄС та Україна в разі приєднання до нього.

Україноцентричні моделі найчастіше в якості суб'єкта представляють Україну (59%), трохи рідше (35%) українську владу (додаток Е2).

Об'єкти України – це в основному різні варіанти співпраці з Росією та / або Європейським Союзом. Найчастіше йдеться окремо про асоціацію з ЄС і створення зони вільної торгівлі, рідше – про бажання поєднувати співпрацю з обома інтеграційними утвореннями. Наприкінці року з'явилися повідомлення

про розворот України в напрямку до Росії. Згадується й такий масштабний об'єкт, як виживання країни.

Адресант за єдиним винятком (Москва) не зазначений. Розшукується благо заради фінансової допомоги Україні та Києву (владі), а також переходу України від життя у «світі тварин» до життя у «світі людей» – ідеться про цивілізаційний вибір України на користь Європейського Союзу.

Помічником суб'єкта переважно є російська влада, хоча й мимоволі, через зворотний ефект своїх спроб унеможливити рух України в ЄС, а також Росія та її ринок.

В одиничних випадках помічник – це Євросоюз та сама українська влада за умови або маневрування між сусідами із Заходу й Сходу, або відмови від євроінтеграції.

Супротивником теж є російська влада, сама Росія, статут Митного союзу (який не передбачає бажаного для України статусу спостерігача), а також Євромайдан.

В опозиційній «Новій газеті» висвітлення теми відбувалося ще менш інтенсивно, ніж у попередньому виданні, тому за її матеріалами з'ясовано лише 11 моделей: 6 із головним героєм Росією та 5 – із Україною.

Росію-суб'єкта представляє російська влада та власне Росія – відповідно 67% і 33% (додаток Ж1).

Об'єкти бажання пов'язані з Україною: власне Україна, її ГТС, активи українських підприємств. Один виняток серед них – престиж Росії.

Відправником вважається президент РФ В. Путін із його своєрідним розумінням геополітики, а також ілюзії, фантомні болі, ностальгія Росії за втраченою після розпаду СРСР Україною. Одержувач – сама ж Росія, «сім'я євразійських народів», або Митний союз.

Росії чинить спротив українська сторона – Україна в цілому та громадяни зокрема. Допомагають натомість український президент, який іде назустріч вимогам В. Путіна, методи управління російського президента, а також проросійські сили в Україні.

Водночас Україна-суб'єкт (Україна в цілому – 80% моделей, влада – 60%, більшість громадян – 20%) прагне асоціації з Євросоюзом зі створенням зони вільної торгівлі, розвитку, який пов'язується з цією асоціацією (додаток Ж2).

Окремо влада прагне підписати відповідну угоду без виконання умов ЄС, грошей та схожості й рівноправності з російським президентом.

Серед зазначених відправників Росія, яка тиском досягає протилежного своїм прагненням ефекту, єдиний вказаний одержувач – Україна.

Супротивник України – Росія, Кремль через політичний та економічний тиск. Опонент української влади, яка прагне схожості з російським керівництвом, – українці.

У помічниках значаться Євросоюз у разі асоціації з ним України та надання кредиту, Кремль (проти волі), а також диво, удача, на які сподіваються громадяни України.

В урядовому виданні «Российская газета» ми встановили 37 моделей, 26 із яких містять у якості суб'єкта Україну та 11 – Росію. Таке співвідношення пояснюється тим, що тема висвітлювалася переважно з позицій прагнень України, її суверенного рішення, і Росія в це рішення не втручається, а лише чекає, коли стане зрозумілою остаточна позиція сусідньої держави.

У групі росієцентричних моделей Росія в цілому постає суб'єктом у 81% схем, решта відведена Москві / російській владі (додаток И1).

Об'єкти у 81% – це більш чи менш тісні контакти Росії з Україною. Переважно йдеться про залучення України в Митний союз, взяття її під контроль, налагодження партнерських торговельних зв'язків тощо.

Інші об'єкти – Митний союз як повноцінний економічний союз (як такий він вважається можливим лише за участі України) та фінансова допомога Росії.

Адресант не зазначений, а серед одержувачів згадується як російська сторона, так і українська; це значить, що Росія здобуває благо не лише для

себе, а й для України. Їй на допомогу приходить «суха мова цифр», яка дає можливість бути переконливою в переговорах з Україною, а також метод залякування.

Чинять спротив Євросоюз, Україна, яка не бажає ставати повноправним членом Митного союзу, а також сама Росія, що не вміє змалювати для України привабливий образ майбутнього, як це робить «улесливий» Європейський Союз.

Україноцентричні моделі «Российской газеты» представлені найбільше власне Україною (62%), решту ж становить українська влада (додаток И2).

Серед об'єктів найчастіше вказуються різні варіанти співпраці з двома інтеграційними проектами: у 35% йдеться про бажання України асоціюватися з Євросоюзом і створити зону вільної торгівлі, у 30% – співпрацювати із Росією та МС, у 23% наголошується на прагненні працювати в обох напрямках, не робити вибір, балансувати, лавірувати, стати єднальною ланкою Сходу і Заходу.

Серед зазначених адресантів – нераціональні внутрішні сили, які змушують Україну діяти (специфічна політична психологія, страх, традиції), а також Європейський Союз. Виявлений одержувач – сама Україна (27%) в аспектах її державної безпеки, територіальної цілісності; доступи до європейських та євразійських ринків, здійснення національного проекту зі входження до ЄС.

Супротивником України державне видання вважає українську комуністичну партію, що відстоює проросійський вектор, саму Росію, а української влади – опозиційні партії у Верховній Раді та Євросоюз.

Допоміжні сили України – маневрування між векторами інтеграції, співпраця з Росією після зупинки асоціації з ЄС, опозиція, «Європейська партія» та центральна виборча комісія, що заборонила референдум, ініційований комуністами.

Таким чином, у російських ЗМІ виявлені такі характерні риси висвітлення теми Україна – ЄС / Україна – МС (додатки Л1, Л2).

1) Головними героями в більшості моделей постають Росія та Україна в цілому, хоча значний відсоток належить і російському та українському керівництвам відповідно.

2) Об'єкт пошуків Росії в основному так чи інакше пов'язаний з Україною – це або сама Україна в складі Митного союзу, або торговельна співпраця з нею. Значно рідше йдеться про захист торговельно-економічних інтересів Росії від дій України.

3) Адресанти переважно не зазначаються, однак серед вказаних – Україна (потенційно, проти волі, за умови асоціації з ЄС), В. Путін і Росія з імперськими амбіціями, фантомними болями, ілюзіями. Адресат – сама Росія (захист її національних інтересів, ринків) або Митний союз. У «Российской газете» та «Независимой газете» в якості одержувачів здобутих Росією благ згадується й Україна.

4) Спільним в усіх виданнях є метод тиску (залякування, шантажу) та інші методи переконання України вступати в Митний союз. Потенційним супротивником усі видання визначили Україну – у разі підписання Угоди про асоціацію з ЄС. Пасивним опонентом у двох виданнях визнано й саму Росію, яка не вміє малювати привабливий для України образ майбутнього та застосовує тиск, що справляє зворотній ефект і лише відділяє Україну.

5) В україноцентричних моделях розрізняються об'єкти, які шукає власне Україна та українська влада (В. Янукович, його команда). Щодо першої йдеться про бажання асоціюватися з ЄС, створити з ним зону вільної торгівлі та зберегти при цьому економічні зв'язки з Росією, ринок МС. Українська влада прагне уникнути вибору й відповідальності, маневрувати між двома союзами в пошуках більших поступок і фінансової вигоди для себе, а також стати рівноправною з російською владою.

6) Адресантом, або відправником України в путь, вважається Росія проти власної волі. Вона пробуджує в Україні почуття страху, провокує її рух в інший бік. Половина видань визнає відправником ЄС, який тисне на Україну, а також внутрішні чинники в самій Україні – соціально-економічну

ситуацію, політичну психологію, традиції (ідеться про «Российскую газету» і «Независимую газету»). Одержувачем є сама Україна.

7) Помічником усі видання визнали Росію / Кремль, щоправда, вони допомагають здебільшого проти волі (як і у випадку з відправником) або з власної волі, але потенційно, коли Україна стане повноправним членом Митного союзу. Потенційним помічником вважається також ЄС або асоціація з ним. На заваді Україні стоять як Росія, Митний союз, так і українська влада й опозиція, а також українці, учасники Євромайдану (проти волі).

Проміжні підсумки засвідчили, що тема вибору Україною інтеграційного вектора представлена в українських і російських виданнях неоднаково.

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

У російських же виданнях спільні риси є більш загальними через значну різницю між державними, опозиційними та частково незгодними з державною ідеологією ЗМІ. 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 й серед об'єктів (точніше – співпраця з нею, преференції від неї), і серед адресантів та опонентів.

В українських медіа об'єкт України – власне відродження в новій якості, демократичної, з повагою до прав людини, об'єкт Росії – відродження себе як імперії, що зачіпає й інтереси інших держав.

У російських медіа об'єкт України – асоціація з ЄС, вільна торгівля в обох напрямках, соціальне забезпечення, тобто економічні, правові досягнення. Так само й Росія бажає покращень для себе, однак тут підкреслюється прагнення захищатися від наслідків можливих дій України – захищати ринки, національні інтереси.

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. Сама ж Росія, бажаючи перешкодити євроінтеграції України, мимоволі стає її помічником.

3.2. Актантне моделювання теми відносин України й Росії у сфері енергетики

Тема охоплює повідомлення ЗМІ стосовно постачання газу з Росії в Україну та створення українсько-російського чи тристороннього, із залученням ЄС, консорціуму з управління українською ГТС.

За матеріалами газети «День» нам вдалося виявити й побудувати 34 моделі – у 21 головним героєм є Україна, у 13 – Росія.

У моделях, побудованих довкола України (додаток А3), сама Україна залишається суб'єктом у 90% випадків, і лише по одному разу цей актант представлений у текстах Києвом і українським суспільством.

У більшості публікацій об'єктом пошуку України – енергетична незалежність від Росії та окремі кроки, спрямовані до неї – видобуток власного газу (сланцевого), пошук альтернативних постачальників, зокрема через реверс російського газу із країн Євросоюзу, збереження у власності України ГТС (мається на увазі не передавати її під контроль Росії). Об'єктом вищого порядку (умовою якого є енергетична незалежність) є рівноправні відносини з Росією.

Наступний за частотою згадувань блок об'єктів – економічні вигоди і знижки на російський газ, збільшення вартості транзиту газу через українську ГТС, утворення газового хабу зі східноєвропейськими країнами.

Дещо рідше згадується прагнення України бачити себе у статусі асоційованого члена ЄС.

Адресант в абсолютній більшості не актуалізується, адресат у понад половині випадків – теж. Серед заявлених адресатів – Україна, її незалежність (зокрема енергетична), національна безпека, а також, як передумова, диверсифікація джерел постачання газу.

Відповідальність за протидію прагненням України розділена між Росією, яка тисне, карає, інформаційно атакує Україну, використовує «Газпром» як фактор ризику, та самою Україною з її історичними

ментальними особливостями, владою, яка лобіює інтереси Росії або є недостатньо компетентною тощо.

Суб'єктові допомагають досягнути енергетичної незалежності Стокгольмський арбітражний суд (вирішення конфлікту з «Газпромом», компанії «Shell» та «Chevron» (видобуток сланцевого газу), Туркменістан (допомога в диверсифікації джерел поставок газу) та ін. При цьому переважно виявлені помічники – потенційні. У публікаціях частіше обговорюється вибір майбутнього помічника, ніж діяльність реального, при тому, що супротивник уже проявляє активність на момент обговорення.

Моделі з Росією у якості головного героя (додаток А4) розкривають позицію супротивника: у 77% це власне Росія, решта – «Газпром», Москва.

Переважно не проявлений відправник (адресант) спрямовує героя на пошуки економічних та політичних переваг, пов'язаних виключно з Україною: ідеться про заволодіння її газотранспортною системою, поглинання газового сегменту і встановлення монополії Росії в Україні, що дає не лише фінансові вигоди, а й можливості чинити політичний вплив. Допоміжним об'єктом при цьому є недопущення України до євроінтеграції. Дещо осторонь серед об'єктів Росії опинився Кримський півострів.

Заявлені в цій групі моделей адресати також представляють цілі різних рівнів, причому всі пов'язані з інтересами Росії в Україні.

Супротивники Росії в 92% схем залишаються невизначеними. У помічниках – засоби тиску на Україну, доступні Росії, у тому числі через «Газпром», а також українська влада.

За матеріалами видання «Дзеркало тижня» із зазначеної теми вдалося скласти 22 актантні моделі – у 14 з яких суб'єктом виступила Росія, у 8 – Україна.

У моделях із суб'єктом Україною (власне Україна – 88%) головним об'єктом бажання постає незалежність, енергетична безпека та чинники, що її обумовлюють, а також вступ до Європейського Союзу (додаток Б3).

Відправник переважно не зазначений. Серед адресатів переважно значиться енергетично незалежна Україна.

Україні допомагають в пошуках європейські країни, які пообіцяли забезпечити реверс газу й таким чином диверсифікувати поставки пального, послабивши тиск Росії / «Газпрому» / Кремля на Україну, якій у свою чергу відводиться роль супротивника.

У моделях, побудованих довкола Росії (додаток Б4), у якості суб'єкта найчастіше виступає російська влада або державна компанія «Газпром», спрямована владою (президентом В. Путіним), і в 43% – Росія.

Найчастіше об'єкт пошуку російської влади й «Газпрому» має пряме відношення до України – передусім ідеться про інтереси у сфері енергетики (збереження ринків збуту, привласнення української ГТС або побудова власного газопроводу в обхід України, забезпечення стабільних поставок газу в Європу), вагомим є й блок політичних об'єктів – зробити Україну залежною, економічно слабкою, заблокувати її європейську інтеграцію і змусити приєднатися до євразійських інтеграційних проектів В. Путіна.

Адресат найчастіше не зазначається, між об'єктами адресантів і одержувачами спостерігається перетасування. Очевидно, що йдеться як про інтереси Кремля (оскільки «Газпром» фактично підконтрольна йому компанія), до того ж бізнесові. Лише в одному випадку одержувачем (метою) є ініційовані Росією інтеграційні процеси за участі України.

Супротивник в основному не зазначений у відповідних публікаціях «Дзеркала тижня», у нечисленних випадках це Україна з її прагненням диверсифікувати джерела поставок газу й вийти із енергетичної залежності від Росії, а також Енергетичне співтовариство й запроваджений ним Третій енергопакет, який суперечить інтересам «Газпрому».

Допомагає суб'єктові підкупна, захоплена геополітичною грою українська влада, газові магнати, можливість тиску на Україну в питаннях газу, її дискредитації в очах представників ЄС.

У матеріалах газети «Україна молода» ми отримали 25 моделей: 14 з позиції України як суб'єкта і 11 з позиції Росії.

У першій групі моделей суб'єкт репрезентує власне Україна і лише в незначній кількості схем українська влада, зокрема В. Янукович – 14% (додаток ВЗ).

Серед встановлених об'єктів пошуку 36% становить знижка на російський газ, що поставляється в Україну (для цього й перегляд контрактів 2009 року на постачання газу), ще 36% – вирішення проблеми енергетичної залежності через зниження обсягів закупівлі газу в Росії, диверсифікацію джерел його постачання тощо.

Адресант у 86% схем невідомий, ще в інших випадках ідеться про російський вплив – Москва, а також висока ціна на газ – сили, які змушують героя вирушати на пошуки об'єкта. Основний одержувач – Україна, що має стати незалежною як від «Газпрому», так і від Росії в цілому.

На шляху до здобуття об'єкта Україні потенційно можуть допомагати в отриманні знижки на газ політична воля української влади і звернення до суду, або ж поступки Москві: створення консорціуму з управління ГТС та отримання кредиту, як очікується, на вигідних для Росії, але не вигідних для України умовах або зменшення енергетичної залежності від Росії – диверсифікація, нарощення реверсу та власного видобування газу.

Таким чином, надати допомогу можуть як ЄС чи Росія, так і сама Україна.

На відміну від потенційного помічника супротивник уже визначений: передусім це Росія, Москва, які здійснюють інформаційний тиск, лякають «неслухняну» Україну, прагнучи не відпускати її з-під контролю і посилювати свій контроль надалі.

Вороги є також і з боку України – це політики, які лобіюють російські інтереси, і – пасивно – сама Україна з її залежністю від сусідньої держави та відсутністю ефективних керівників.

У свою чергу Росія як головний герой представлена в основному владою (Кремль, Москва) та компанією «Газпром». Лише в 27% суб'єкт власне Росія (додаток В4).

Об'єктом, отримати який прагне російська влада, виступає підконтрольна Україна та її газотранспортна система. У тому числі йдеться про налаштування Євросоюзу проти України, примус до її виходу з Європейської енергетичної хартії, відмову від диверсифікації. Усе це об'єкти нижчого порядку, спрямовані на те, аби зробити Україну залежною.

Адресат при цьому окреслений нечітко. У його якості зазначені політичні та геополітичні цілі російської влади, однак не вказано, які саме, а також про економічні вигоди – спрощення поставок газу в Європу та збільшення прибутків «Газпрому».

Адресант переважно не зазначається, в інших випадках вказується, що це Кремль та Росія (відносно до суб'єкта «Газпрому»), тобто суб'єкт вирушає на пошуки з власної волі.

Помічником російської влади часто є тиск у питаннях постачання газу (відповідно виконавцем є «Газпром», який погрожує перекрити газовий вентиль) та задобрювання хабарами й знижками. Перепон додає також нечітка позиція української влади.

Примітно, що автори «України Молодої» не вказують на супротивників російської влади в її прагненнях. Однак за логікою вони мають, в основному, збігатися із помічниками головного героя України, оскільки прагнення України та російської влади як суб'єктів протилежні.

У публікаціях «Урядового кур'єра», присвячених газовій тематиці, ми виявили 15 моделей: 9 – із головним героєм Україною, 6 – Росією.

У першій групі (додаток ГЗ) суб'єктом заявлена винятково Україна в цілому, а її прагнення (об'єкт) пов'язані зі здобуттям незалежності від російського газу: пошук альтернативних джерел енергії у вигляді сланцевого газу, вугілля, відповідно скорочення постачання з Росії. Інший варіант – це

збереження монополії «Газпрому» на українському ринку, але отримання знижки Україною на закупівлю російського газу.

Відправник, в основному, не заявлений, а залишений в третині схем – це Росія, якій вдалося укласти контракт з Україною, передбачивши в ньому високі ціни на газ для України.

У публікаціях «Урядового кур'єра» стверджується, що саме цей тиск, «душіння» цінами і змушує Україну шукати знижку та/або альтернативні джерела.

В інших моделях вплив Росії (яка тисне, щоб отримати свою вигоду, але наражається на зворотній ефект) та диверсифікація віднесені до помічників України. Допоміжними для отримання знижки вважається створення україно-російського консорціуму з управління українською ГТС.

Адресат теж переважно не представлений, здобутою цінністю виступає сама Україна, яка перестане залежати від російського газу, стане вільною в діях і не відчуватиме тягара чужої політичної волі над собою.

Супротивником України зображується російська сторона – власне Росія (44%) та «Газпром» як її агент (33%).

У моделях з Росією в якості головного героя (67% – Росія, 33% – Кремль, додаток Г4) відсутні вказівки на адресанта й супротивника, та й у наявних актантах у порівнянні з попередніми ЗМІ варіанти акторів (виконавців цих функцій) дуже подібні. Так, об'єктом у половині моделей значиться українська ГТС та весь енергетичний сектор, які Росія прагне взяти під повний контроль, а також політики, які силували до вступу в Митний союз. Крім того, помічниками є гроші (борг України «Газпрому»), тиск у газовому питанні.

Адресат – російська сторона, яку представляють різні актори – Кремль, Росія, Митний союз. Як і в попередньому виданні, ідеться про неконкретизовані «політичні цілі», задля яких Росія здобуває свій об'єкт.

Спільна для розглянутих українських видань актантна модель – висвітлення теми газових поставок з Росії в Україну і створення консорціуму з управління українською ГТС має такі характерні ознаки (додаток К1, К2):

1) В україноцентричних моделях суб'єктом постає власне Україна, із названих відправників якої основний – російська сторона (Росія, російська влада, «Газпром»), що встановила для України високу ціну на газ і залишається непоступливою.

2) Відтак Україна шукає альтернативні джерела постачання (видобуток власного газу, реверс із країн ЄС тощо), прагне зберегти свою газотранспортну систему (контроль над якою прагне взяти Росія в обмін на знижку), що врешті має дати їй енергетичну незалежність. Отже, адресат – це енергетично незалежна Україна.

3) Крім функцій Відправника, Росія виконує відносно України як головного героя функцію супротивника, який діє за допомогою інформаційного, газового тиску, методів «батога і пряника». У половині видань пасивним супротивником є й сама Україна з її історично обумовленою енергетичною залежністю від Росії, бідністю, відсутність ефективного керівництва в країні.

4) Помітна та майже повна відсутність реальних помічників – в основному заявлені потенційні. На їхнє втручання герой сподівається, але на момент розповіді дієвої підтримки не отримує.

5) Російська сторона як головний герой представлена приблизно порівну: власне Росією й російською владою. Якщо ж ідеться про суб'єкт «Газпром», то його відправником все рівно постає В. Путін, Кремль / Росія у значенні російська влада. Отже, ініціатива в тому чи іншому випадку належить російській владі чи Росії.

6) Об'єкт пошуків Росії – залежна Україна, інтегрована в Митний союз, а не в ЄС, підконтрольна РФ українська газотранспортна система, підірвана українська економіка та знищений суверенітет.

7) Адресат Росії – у цілому представлений двома головними акторами: Кремлем, зацікавленим у реалізації геополітичних та політичних цілей та «Газпромом», який має отримати економічні преференції.

8) Супротивник в Росії за незначним винятком не заявлений, а помічником є тиск на Україну та українська влада, охарактеризована як влада із несталою позицією, недієва й підкупна.

9) Отже, у темі газу Україна для Росії – об'єкт. Росія для України – супротивник і проти власної волі відправник України на пошуки незалежності. Відповідно, підсумкові моделі розгортаються одна відносно одної саме з цих позицій. Україноцентрична модель є підрядною для росієцентричної в актанті «об'єкт», а росієцентрична відносно україноцентричної – в актанті «супротивник» і «адресант».

У російських ЗМІ моделі публікацій на тему газових відносин складніші, оскільки неоднозначно заявлені об'єкти пошуку в різних текстах.

У «Независимой газете» виявлено 49 моделей – 20 росіє- і 29 україноцентричних. Суб'єктом росієцентричних схем з невеликим відривом є як сама Росія, так і російська влада та «Газпром» (додаток ДЗ). Ці актори діють спільно і виходять із спільних інтересів. Найчастіше об'єктом їхніх пошуків є українська газотранспортна система (доступ до управління нею), її модернізація спільно з Україною (разом 45%), а крім того, утримання українського та європейського ринків збуту газу.

Адресат здебільшого не вказаний, у решті 10% – це вище керівництво Росії, зокрема президент В. Путін.

Одержувач – російська сторона (Росія, Митний союз, «Газпром»), а також Україна, яка отримує від Росії й «Газпрому» вигоди для власної економіки.

Супротивник заявлений недвозначно: це Україна, яка через свою пасивність або діяльність окремих фінансово-промислових груп та опозиції заважає Росії здобути бажане. Помічник чітко не визначений, однак зрозуміло, що йдеться про дії або з боку України, або щодо України.

«Газпром» є помічником, оскільки може тиснути на Україну високими цінами на газ, штрафами тощо. Крім того, впливати на Україну він може і за допомогою обіцянок і поступок (знижка на газ, гарантії обсягів транспортування російського газу тощо). Загалом цей блок становить 50%. Другий блок стосується України (Верховної ради, Києва), яка за умови певних вигідних для Росії дій може перетворитися з опонента на помічника. Третій блок – третя сторона: Євросоюз за умови неучасті в українсько-російських проектах, ненадання допомоги Україні, а також міжнародний суд.

В україноцентричних моделях суб'єктом у 79% випадків є Україна, а в 17% – українська влада, і лише в 3% державна компанія «Нафтогаз», безпосередньо задіяна в газових відносинах (додаток Д4).

У 90% таких моделей об'єкт бажання України – це різні аспекти послаблення російського енергетичного тиску (альтернативні джерела постачання газу, видобування сланцевого газу тощо) або перегляд контракту з Росією на постачання газу в Україну й отримання знижки.

Окремим блоком можна представити прагнення влади – затягування часу, політичні ігри із західними та східними партнерами, банкрутство «Нафтогазу».

Відправник у 21% моделей – російська сторона, зокрема через виставлену нею високу ціну газу. Росія («Газпром») виявляється відправником не з власної волі. Швидше навпаки, пошуки Україною свого блага суперечить інтересам російської сторони. У більшості ж (79%) адресанта на виявлено.

Адресатом переважно постає сама Україна (енергетично незалежна).

Супротивником України в матеріалах «Независимой газеты» представлена як російська сторона (Росія, Москва, «Газпром»), так і українська (опозиція, мітингарі в Донецьку, місцева влада західних областей через виступи проти сланцевого газу, а також колишній прем'єр-міністр Ю. Тимошенко, яка підписала невигідну Україні газову угоду з Росією) і

Європейський Союз, який не виконав обіцянку підтримувати Україну на переговорах з РФ щодо постачання і транспортування газу.

Помічники – це сторони, які сприяють здобуттю Україною «газової незалежності» (Німеччина, Туркменістан, компанії з видобутку сланцевого газу тощо).

Допоміжними для України названі заходи із залучення Росії до управління ГТС, в обмін на яке «Газпром» може надати знижку на газ. Рідше в цьому контексті згадується ЄС та Європейське енергетичне співтовариство.

За матеріалами видання «Московский комсомолец» ми склали 14 моделей: 6 із головним героєм Росією і 8 – Україною.

У першій групі найчастіший суб'єкт – «Газпром», інколи – російська влада і власне Росія (додаток Е3). Об'єкт «Газпрома» – Україна як ринок збуту, джерело фінансових надходжень, конкурент, якого треба обійти, ГТС, яку суб'єкт прагне взяти під повний контроль. Адресант не зазначається, а одержувач – російська сторона. Супротивник переважно не вказаний, крім одного випадку, де ця роль належить Україні.

Помічник – знижка на газ для України, статус спостерігача в майбутньому ЄврАзЕС (тобто засоби «задобрювання», заспокоєння України), а також президент РФ, який просуває інтереси суб'єкта на найвищому міждержавному рівні.

У групі україноцентричних моделей суб'єктом найчастіше постає сама Україна, рідше – українська влада (додаток Е4).

Найчастіше Україна прагне перегляду газового контракту й отримання знижки або ж енергетичної незалежності від Росії, куди входить скорочення споживання російського газу й пошук альтернативних джерел постачання.

Адресант так само не встановлений, адресат у більшості випадків теж не називається, однак серед заявлених – Україна та українська влада (Київ).

Відповідно до об'єктів, помічником є або передання українського газопроводу під контроль Росії, або окремі кроки, спрямовані на досягнення

енергетичної незалежності. Супротивник також здебільшого не вказаний, одиничний виняток – «Газпром».

Темі газових спорів «Новая газета» приділила значно менше уваги в порівнянні з іншими російськими виданнями передусім тому, що її автори схильні розглядати проблеми в широкому контексті. Відтак тема газових відносин представлена в опозиційному виданні переважно як фрагмент теми Україна – ЄС / Україна – МС.

Усього в «Новой газете» ми відшукали чотири моделі – по дві на кожного з головних героїв.

У росієцентричних суб'єкт – «Газпром», який прагне економічних благ – своєчасного розрахунку України за газ, продажу газу в Європу поза проблемною Україною, з якою не виходить домовитися (додаток ЖЗ). У цьому «Газпрому» допомагають європейські країни, що співпрацюють з ним, отримуючи газ через обхідний щодо України «Південний потік», а також – потенційно й проти волі – сама Україна, влада якої працює над питанням видобутку альтернативного сланцевого газу.

У «Газпрома» виявлено лише пасивних опонентів («Нафтогаз», який не має коштів для виплати боргу) та потенційних (Україна і Брюссель, які можуть підписати Угоду про асоціацію). Адресант і адресат у публікаціях розкриті не були.

Суб'єкти україноцентричних (додаток Ж4) моделей представлені й Україною, й українською владою, які прагнуть (об'єкт) енергетичної незалежності від Росії заради (одержувач) України, її європейської інтеграції та політичної незалежності від РФ.

Допомогу Україна чекає від компаній США з видобутку сланцевого газу та власне самого сланцевого газу як альтернативного джерела палива. Адресат і супротивник виявлені не були.

В урядовому виданні «Российская газета» ми виявили 19 моделей – 10 росіє- і 9 україноцентричних.

У групі перших суб'єкт у 50% – Росія, у 40% – російська влада, у 20% – «Газпром» (додаток И3).

Об'єкти бажання Росії – фінансові надходження від України (виплата боргу, перехід на передоплату), побудова газопроводу в обхід України як шлях до незалежності від української ГТС при постачанні газу в Європу. Водночас Росія бажає модернізувати український газопровід, мати Україну з її великим ринком і потенційно потужною економікою в складі Митного союзу.

Адресантом визнається Україна, яка мимохіть змушує Росію позбавлятися її як партнера при постачанні газу в країни ЄС та переводити на систему передоплати.

Адресатом вважається сама ж Росія (Москва), диверсифікація її ризиків, а також нинішнє й майбутнє інтеграційне об'єднання на чолі з Росією.

Супротивник – Україна, її влада та суспільство. Помічник – різні способи відмежування від України: «Південний потік та «Північний потік», які дають змогу Росії самостійно постачати газ; входження України в Євросоюз, яке дасть можливість стягнути борг з України через Європейський трибунал; збереження чинного газового контракту, у якому закріплена вигідна для Росії формула розрахунку ціни на газ.

В україноцентричних моделях головний герой переважно Україна в цілому (78%), у решті моделей – українська влада (додаток И4).

Серед об'єктів пошуку можна розмежувати два блоки: перший – вигідні для України умови постачання газу з Росії або відмова від нього і пошук джерел диверсифікації, другий пов'язаний зі створенням спільно з Росією консорціуму з управління українською газотранспортною системою.

Найпоширенішим адресантом України є Росія, її альтернативні газопроводи, висока ціна газу для України, а також президент України, який «відсилає на пошуки» Україну з огляду на російські чинники.

Адресант блага – сама Україна (33%) та в одиничному випадку Європа, постачання газу до якої Україна забезпечує разом із РФ.

Супротивники України зазначені як зовнішні – Росія, «Газпром» та підписана з ним «кабальна» угода, так і внутрішні – Україна (пасивно) та український олігарх Д. Фірташ (активно).

У ролі помічника три сторони: російська, яка йде на поступки Україні, Європейська (Хорватія, Угорщина) та українська. Останні дії забезпечують певні кроки до енергетичної незалежності від Росії.

Таким чином відносини України та Росії у сфері постачання газу зображуються в російських ЗМІ відповідно до актантних моделей із такими особливостями (додатки Н1, Н2):

1) Розвиток теми відбувається між двома головними героями: російською владою / «Газпромом» і Україною.

2) Прагнення «Газпрому» – український ринок збуту газу та безперебійне постачання палива в Європу – через українську ГТС (тоді вона має стати підконтрольною Росії) або в обхід неї. Ідеться про суто економічну діяльність. Спільного адресанта цих «благ» у російських виданнях немає, найчастіше він не визначений узагалі, адресат у більшості видань – Росія.

3) Супротивник, виявлений усіма газетами – це Україна, яка не бажає передавати свій газопровід та сховища під контроль Росії, не виплачує борг і прагне знижки на газ, що суперечить інтересам російської сторони.

Більшість видань називає помічниками «Газпрому» газопроводи в обхід України або методи схиляння України до задоволення інтересів російської сторони.

4) Україна ж прагне енергетичної незалежності від Росії (серед об'єктів також окремі кроки на цьому шляху, як-от: диверсифікація джерел постачання газу, видобуток сланцевого газу в Україні тощо).

5) Єдиний відправник України не визначений, спільний для всіх видань адресант – сама ж Україна.

6) Єдиний супротивник також не виявлений, у більшості видань – це «Газпром», половина визнає також опонентом деякі сили в самій Україні (опозицію, владу західноукраїнських областей, олігарха Д. Фірташа).

7) Допомагають Україні різні методи та сили, спрямовані на досягнення нею енергетичної незалежності від Росії.

Отже, актантні моделі, застосовувані українськими та російськими ЗМІ при висвітленні відносин України та Росії в галузі енергетики, мають такі спільні й відмінні риси.

ЗМІ обох країн показують проблему за участю 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 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 і водночас небажання поступатися, йти на компроміс.

Відтак основний конфлікт в українських виданнях – боротьба Росії за розширення свого впливу і спротив, відстоювання незалежності Україною. У російських – конфлікт торгово-економічних інтересів України та «Газпрому».

3.3. Акантне моделювання теми торгівлі

Тема торговельних відносин розкривалася в українських та російських медіа через такі події, як перебої експорту українських товарів у Росію, зустрічі високопосадовців, де, крім цієї проблеми, обговорювалося створення Причорноморського зернового пулу, відновлення торговельного обороту між Україною та Росією тощо.

Наративні особливості публікацій газети «День» на тему торговельних відносин України та Росії представлені в нашому дослідженні в 24 схемах: 13 з них побудовані навколо України як головного героя і 11 – навколо Росії.

Суб'єктом у 85% постає сама Україна, у решті випадків – українські виробники та владні еліти (додаток А5).

Об'єкт шукань України найчастіше асоціація з ЄС, або західний вектор руху. Однак важливим виявляється й налагодження при цьому торгівельних зв'язків з Росією – збільшення товарообороту, збереження російського ринку, створення зернового пулу (суб'єктом в останньому випадку є українська владна еліта). Важливим для євроінтеграції визнається й позбавлення від залякувань з боку Росії у сфері торгівлі.

Адресант у жодній із моделей цього ряду виявлений не був.

Одержувач у більшості теж невідомий, проте серед визначених ідеться про Україну та її інтереси – економічні (досягнення високих економічних показників і вигод у торгівлі) та політичні (позбавлення залежності від Росії).

Помічник визначений у меншій частині моделей. Із зазначених один блок стосується Росії: зворотної реакції України на прагнення РФ не допустити підписання Угоди про асоціацію; бажання Росії створити собі репутацію держави, яка розвиває мирні відносини з іншими країнами, що дає Україні можливості апелювати до такої репутації для захисту власних інтересів; крім того, допоміжними для України вважаються збитки, які несе Росія, запроваджуючи торговельні санкції. Наступний блок помічників – це

конкретні служби й представники влади, які допомагають врегулювати конфлікти в торгівельній сфері між сусідніми державами. Для позбавлення від залякувань РФ сприятливою визнається асоціація України з Євросоюзом.

Набагато активніше видання наголошує на супротивниках України, причому майже завжди йдеться про Росію, фактично підпорядкований їй Митний союз та його учасників (зокрема Казахстан).

Під назвою Росія, в основному, мається на увазі російська влада. Прагнучи захистити свій внутрішній ринок, вона протистоїть українській асоціації з ЄС зі створенням зони вільної торгівлі, а тому через Росспоживнагляд запроваджує торговельні санкції, митні блокади, здійснює через них політичний тиск, просуває ідею утворення Чорноморського зернового пулу, що, як стверджується, зашкодить інтересам України.

Традиційно Україна визнає і власні чинники, що створюють перешкоди на шляху до бажаного об'єкта, а саме залежність успіхів у торгівлі від Росії (оскільки у важкій промисловості частка продукції потребує російської сировини) та присутність в країні російського лобі.

Група моделей, об'єднаних Росією-суб'єктом (Росія – 73%, російська влада – 18%, а також Росія разом з Митним союзом), представляє в якості об'єкта бажань і пошуків Україну, яку головний герой прагне втягти у сферу свого економічного і політичного впливу через співпрацю з українськими бізнесменами, послаблення країни створенням економічних та соціальних негараздів, перешкоду асоціації України з Європейським Союзом (додаток А6).

Крім того, у відносинах з Україною важливими для Росії здобутками мають стати захист внутрішнього ринку через компенсації своїх втрат від імовірного асоційованого членства України в ЄС, а також створення з Україною та Казахстаном зернового пулу й відстоювання репутації країни, яка будує мирні відносини з міжнародною спільнотою.

У жодній з моделей адресант не був визначений. Основний адресат – Росія та/або Митний союз як ініційоване нею інтеграційне утворення, реалізація її планів та досягнення фінансових вигод.

У якості помічника Росії вказується весь арсенал засобів тиску на Україну та самі виконавці – Росспоживнагляд, що обмежує та зовсім забороняє постачання українських товарів у Росію, проросійські сили в Україні, зокрема власники ЗМІ, через які на Україну здійснюються інформаційні атаки.

Супротивники Росії переважно невідомі (73% схем). У решті випадків – Україна та ЄС, які можуть підписати інтеграційну угоду, до того ж Євросоюз закликає Росію припинити економічний тиск на сусідні країни, що не бажають євразійської інтеграції.

У виданні «Дзеркало тижня» ми віднайшли 15 актантних моделей, застосованих у публікаціях: у 9 з них головний герой – Україна, у 6 – Росія.

У першій групі власне Україна є суб'єктом у 67% моделей, а також задіяні українські виробники – як у цілому, так і окремо підприємства сходу України – та українська економіка (додаток Б5).

Серед об'єктів прагнень України можна виокремити два основних смислових блоки. Перший стосується євроінтеграції та сподівань, які на неї покладаються: збереження суверенітету, посилення конкурентоспроможності українських виробників, політичної стабілізації – «благ», які в цілому створюватимуть сприятливий клімат для української економіки і торгівлі.

Другий блок – це співпраця з Росією: збереження її ринку для українських виробників, відновлення поставок з України в Росію, збільшення обсягів торгівлі.

Адресант у публікаціях нами виявлений не був. Одержувач у більшості теж, у третині ж моделей ним постає Україна, зокрема така, що прагне зберегти незалежність від Росії.

Здобути бажане героєві на разі допомагають європейські ЗМІ, потенційно ж – МВФ, євроінтеграція України, у налагодженні відносин із

Росією сприятливими, хоч і незначною мірою, може стати відмова України від асоційованого членства в ЄС.

На відміну від помічників, заявлених лише в третині моделей, на опонента «Дзеркало тижня» схильне вказувати значно частіше. Традиційно для українських видань (як стало зрозумілим з аналізу актантних моделей за попередніми темами) відповідальність за перешкоди в пошуках лежить як на зовнішньому супротивнику, так і на самому героєві: у 67% ідеться про Росію чи Росію разом з Митним союзом, яка проводить «профілактичні» заходи на кордоні, ускладнюючи імпорту українських товарів, блокує поставки тощо, а в 22% – про внутрішньоукраїнські чинники: владу та опозицію, які не можуть домовитися і врегулювати ситуацію в країні, нестабільне соціально-політичне тло, нерегламентовані важливі аспекти фермерської діяльності тощо.

Що ж до групи актантних моделей з головним героєм – Росією в центрі, то тут основним актором постає російська влада – 67%, і лише в меншості Росія в цілому (додаток Б6).

Прагнення російської влади однорідні й обертаються довкола проблеми повернення України у сферу впливу Кремля через здобуття об'єктів нижчого рівня: зрив Угоди про асоціацію України з ЄС, нарощування російської присутності в Україні, дискредитацію президента В. Януковича в очах електорату південних і східних областей України, а також заходи у сфері торгівлі – скорочення імпорту з України, введення мит на певні групи товарів.

Відправник за єдиним винятком не зазначений, а одержувач – російська сторона: Росія, що прагне компенсації збитків, завданих їй Україною при введенні мит на імпорту автомобілів; Митний союз, а також В. Путін, зацікавлений у приверненні до себе та свого інтеграційного проекту прихильності мешканців Півдня та Сходу України для протидії європейській інтеграції.

У помічниках російської влади значаться як усталені методи й засоби примусу України, нарощування російської присутності (через приватизацію підприємств), так і окремі особи – радник президента РФ, лобіст інтересів Росії в Україні, ув'язнена з політичних мотивів колишня прем'єр-міністр України, звільнення якої є однією з умов підписання Угоди про асоціацію.

Серед помічників опинилась українська влада, розвідка і контррозвідка, що, як ми виявили, водночас є й супротивниками України (друзями ворогів).

Опонентом Росії названі Україна, ЄС та ЗМІ, які агітують за вступ до Євросоюзу.

За матеріалами газети «Україна молода» ми склали 18 моделей: у 7 з них головним героєм стала Україна, у 11 – Росія.

Власне Україна є основним суб'єктом, цей актор значиться у 86% схем (додаток В5). Серед її об'єктів ринки Росії та Митного союзу. Вона прагне зберегти їх, подолати економічну блокаду, збільшити товарообіг. При цьому рівнозначний блок об'єктів пов'язаний із прагненням підписати угоду з ЄС і вийти на Європейський ринок.

Ці об'єкти Україна прагне здобути заради (одержувач) себе, власного прибутку й незалежності від Росії.

Адресат, який відсилає Україну на цю місію, в основному не зазначений. Що ж до української влади, то її спрямовують промисловці та підприємці країни.

Супротивником найчастіше стає Росія, що здійснює економічний тиск, і, крім того, самі по собі технічні бар'єри, їх встановлення значиться також за Росією.

З переліку помічників можна зробити висновок, що на Росію водночас покладають сподівання на допомогу, оскільки в публікаціях зазначається, що переговори з Росією (російським урядом) потенційно допоможуть гармонізувати митні правила й усунути технічні бар'єри (43% схем).

Активним помічником значиться українська Держветфітослужба, а в 43% моделей помічник не вказаний.

У групі людей з суб'єктом Росією власне Росія представляє цей актант у 64%, влада Росії, прем'єр-міністр Д. Медведєв, Кремль – у 27%, найменша частка – росіяни (додаток В6).

Зазначені у моделях об'єкти бажання Росії – пов'язані із залученням України в Митний союз: сама Україна в цілому є об'єктом в 64% схем, тиск на неї загалом і торгівельний зокрема (обмеження ввозу трубної продукції, кондитерських виробів компанії «Рошен»), спрямований на послаблення країни, погіршення соціально-економічної ситуації в країні – у 36%.

Сила, яка спрямовує героя (відправник) не з'ясована. Адресатом у 64% є Митний союз, втягнення України в це об'єднання, а пізніше в ЄврАзЕС, проміжні цілі – показати Україні вигоди Митного союзу, зірвати підписання Угоди про асоціацію.

Менший блок проявляє по суті одержувача вищого порядку – відроджену Росію як велику промислову державу з імперським впливом і політичним диктатом (27%).

Супротивників Росія в більшості моделей не має, частку ж у 18% займає ЄС та українські сировари.

Помічником визнається Росспоживнагляд і тиск (шантаж) на українських експортерів (82%). Ідеться про обмеження постачання української трубної продукції, заборону ввезення кондитерських виробів «Рошен», молочної продукції та інших товарів.

Державне видання «Урядовий кур'єр» охарактеризоване найменшою кількістю моделей, оскільки у порівнянні з іншими газетами тут наводилося менше авторських інтерпретацій торговельних відносин України та Росії. Усього ми виявили 10 моделей: з головним героєм Україною – 7, Росією – 3.

Суб'єкт Україна прагне асоційованого членства в ЄС із виходом на європейський ринок і водночас збереження ринку російського, провадження багатовекторної політики (додаток Г5). Ці об'єкти значаться у 86% моделей.

Адресат, як зазвичай, не вказується, тобто або прагнення України самовільні, або автори публікацій не можуть чи не хочуть його називати. Адресанти – Україна та українське суспільство, яке має отримати покращання соціально-економічної ситуації.

Як помічником, так і супротивником України в урядовому виданні постає Росія, зокрема російська влада (Москва, Кремль), Росспоживнагляд, торгово-економічні суперечності.

Допомагає в пошуках об'єкта Кремль (влада) – як через зворотний ефект від спроб тиснути на Україну, так і в спробах України повернутися до співпраці.

Допоміжною для України є світова організація торгівлі (СОТ), чії правила дають можливість врегулювати торговельні конфлікти.

Моделі, що ґрунтуються на суб'єкті Росії (дві з трьох представляють у якості головного героя російську владу – російську сторону, Москву) об'єктом пошуків вважають Україну, для вступу в Митний союз (адресант) якої необхідно продемонструвати її залежність від Росії та Митного союзу в цілому, змінити її стратегічний курс, заблокувавши відносини України з Європейським Союзом (додаток Г6).

Супротивників у цій справі «Урядовий кур'єр» не наводить, натомість помічником є Росспоживнагляд та його заходи із блокування імпорту в Росію української продукції (торговельної війни).

У цілому моделі в цьому виданні доволі уніфіковані й легко зводяться в стислі підсумкові моделі.

Отже, наративи на тему торгівлі в українських виданнях мають такі смислові характеристики, знайдені при актантному моделюванні (додатки П1, П2).

1) В україноцентричних моделях за незначним винятком суб'єктом постає Україна в цілому. Тому на загал суб'єкт представлений обома акторами.

2) Об'єктом пошуків України є асоціація з ЄС зі створенням зони вільної торгівлі та збереження при цьому ринків Росії та інших країн Митного союзу.

3) Адресатом цього «блага» є сама ж Україна та її (економічна) незалежність від Росії. Адресант не зазначений.

4) Супротивником України постає Росія (або російська влада, у тому числі через Росспоживнагляд). Вона ж у половині видань є і допоміжною силою, стимулюючи пошуки Україною об'єкта й представляючи Україні шанс перебороти перешкоди шляхом переговорів. Фактично це супротивник, готовий стати помічником за умови коригування об'єкта пошуку.

5) Суб'єкта Росію в половині видань представляє переважно сама ж Росія, в іншій половині – російська влада, тому обидва фактори в підсумку рівною мірою представляють цю функцію.

6) Об'єкт бажання Росії (російської влади) – Україна у сфері впливу РФ, у тому числі Україна зі складною соціально-економічною ситуацією, доведена до відмови від підписання угоди з ЄС і готова приєднатися до Митного союзу.

7) Адресант переважно не зазначається, а одержувач, спільний для моделей всіх видань, – Митний союз.

8) Помічником Росії (влади) вважається Росспоживнагляд, торговельний тиск, у половині видань відзначені також російські лобі в Україні та пасивна світова організація торгівлі, механізми якої у своїх інтересах використовує головний герой. Супротивник у більшості не зазначений, серед заявлених спільними для українських видань є Україна, зокрема суспільство в цілому та окремі його представники – сировари, проєвропейськи налаштовані власники медіа, а також Європейський Союз.

9) Таким чином, у торговельних відносинах Україна для Росії – об'єкт і (меншою мірою) супротивник; для України-суб'єкта російські ринки є складовою шуканого блага. У цілому ж Росія постає головним

супротивником і водночас мимоволі (через тиск) та потенційно (якщо вдасться домовитися в ході переговорів) помічником.

За матеріалами російської «Независимой газеты» ми побудували 18 моделей: 10 росіє- і 8 україноцентричних.

Моделі першої групи (додаток Д5) в якості головного героя представляють Росію (80%), в меншості – російську владу (20%).

Об'єкти бажання Росії ми умовно розділили на три смислові групи: зрив підписання Україною та ЄС угоди про асоціацію і входження України в Митний союз; торговельний тиск на Україну, щоб досягти мети, вказаної у першому блоці; зерновий пул з Україною та Казахстаном.

Відправник, в основному, не був виявлений за одним винятком – Україна у разі вступу в Євросоюз. Одержувач – Росія, інші члени Митного союзу, які прагнуть захистити свої ринки від передбачуваної євроінтеграції України. Разом з Україною всі вони мають шанс посилити свої позиції на світовому ринку за умови євразійської, а не європейської інтеграції України. Помічниками Росії є і власне торгові війни проти України, і ті, хто їх здійснює (Росспоживнагляд) чи може здійснювати разом з Росією (Білорусь, Казахстан).

Супротивником переважно зображується Україна, ЄС, а також сама Росія, що наражається на зворотний ефект торговельного тиску на Україну.

Усупереч прагненням Росії Україна (додаток Д6) не бажає вступати в євразійські інтеграційні об'єднання і намагається отримати асоційоване членство в Європейському Союзі (38%). при цьому для неї важливо врегулювати торговельний конфлікт із Росією, захистити українських промисловців і провадити незалежну торгівлю.

Адресант і адресат в основному не вказані за одиничними винятками: Россільгоспнагляд і Україна відповідно.

Супротивником України названа Росія в цілому і Росспоживнагляд зокрема. Україна розраховує на допомогу міжнародних організацій – Світової організації торгівлі, яка може посприяти у вирішенні торговельного

конфлікту з Росією, а також Міжнародного валютного фонду, від якого Україна очікує фінансової підтримки.

На основі матеріалів газети «Московский комсомолец» ми побудували 6 моделей, по 3 для кожного з головних героїв. Загалом, як свідчать дані таблиці 2.8 (підрозділ 2.2), газета приділила незначну увагу темі торгівлі – усього 6 публікацій.

У росієцентричних схемах суб'єкт – Росія, Москва, яка бажає інтеграції України в Митний союз (додаток Е5). Інший об'єкт – перевірка товарів з України – є складовою стратегії торговельного тиску для залучення України в Митний союз.

До пошуків останнього об'єкта Росію не зумисне змушує Україна, яка має намір стати асоційованим членом ЄС. Заявлений адресат – російські споживачі, про захист прав яких турбується Росія.

Помічником же у схилянні України до інтеграції в МС є торговельний тиск («війни») як спосіб попередити Україну про негативні наслідки прийнятого нею рішення.

Україноцентричні моделі представляють у якості суб'єкта Україну та Київ (додаток Е6).

Суб'єкт бажає врегулювання торговельних конфліктів та відновлення товарообігу з Росією, а також асоціації з ЄС. Адресант при цьому не заявлений, а одержувач – Україна в цілому та українські виробники зокрема.

Як супротивником, так і помічником України постає Росія: у першому випадку вона шкодить, ініціюючи торговельні конфлікти, у другому – сприяє їх розв'язанню.

Відмічена також потенційна допоміжна роль української та російської влади у разі «екстреного втручання» у ситуацію на українсько-російському кордоні.

Тема торгівлі в «Новой газете» представлена ще меншою кількістю актантних моделей: за її публікаціями вдалося скласти лише дві україноцентричні схеми (додаток Ж6). Такий результат пов'язаний із

особливістю видання, у якому акцент зроблений на темі інтеграції України, а торговельні відносини України і Росії представлені як складова цієї теми.

Суб'єктами видання представило президента України В. Януковича, який прагне неускладнених відносин із Росією і Митним союзом, та українських виробників, які бажають створення зони вільної торгівлі з ЄС.

Адресант та адресат не виявлені, з публікацій випливає, що ці ролі виконують самі ж головні герої.

Помічник також не з'ясований, а опонентом в обох випадках постає Росія, яка провадить торговельні війни.

На основі матеріалів «Российской газеты» ми побудували 5 моделей: 2 росіє- і 3 україноцентричні.

У першій групі в якості суб'єкта постають Росія та Митний союз (додаток И5). Об'єкти їх бажання суто економічні: утримати український ринок і зняти бар'єри для взаємної торгівлі з Україною.

Сила, яка скеровує суб'єктів на пошуки блага – економічна доцільність, а саме потреба реагувати на скорочення показників взаємної торгівлі. Одержувачем представлена не лише Росія, а й Україна, оскільки від налагодження співпраці виграють обидві країни – збільшується товарообіг між ними, створюються нові робочі місця.

Відповідно й помічником Росії урядове видання зображує Україну, компроміс із нею. Опонент для обох суб'єктів не заявлений.

В україноцентричних моделях головний герой – сама Україна та Київ (додаток И6).

Прагнення України пов'язані зі збереженням і розвитком торгівлі з країнами СНД та Митного союзу: ідеться про плани забезпечити реальне функціонування зони вільної торгівлі між членами СНД, зняття бар'єрів для взаємної торгівлі України та членів МС. При цьому рушієм України також є економічна мотивація (зменшення обсягів взаємної торгівлі), а адресатом як Україна, так і Росія.

Помічником України, синхронно з росієцентричними моделями, є Росія та знайдений з нею компроміс. Опонент так само не зазначений.

Отже, тема торгівлі у російських медіа набула таких характерних ознак з точки зору актантної структури (додатки Т1, Т2):

1) Спільним для більшості видань головними героями публікацій є Україна та Росія в цілому;

2) тема розгортається навколо так званих «торговельних воєн». Обидва суб'єкти прагнуть взаємодії одне з одним і водночас виступають одне для одного шкідниками в цій взаємодії. Україна – через те, що бажає водночас і асоційованого членства в ЄС, тоді як Росія змушена захищатися від передбачуваних нею наслідків асоціації. Сама ж Росія є опонентом України, бо, захищаючись, чинить торговельний тиск, а також потенційним помічником, оскільки від неї залежить можливість порозумітися й залагодити конфлікт.

У цілому обмежений обсяг отриманого матеріалу дослідження з теми торговельних відносин унеможливорює докладніший аналіз актантних моделей.

Двосторонні проблеми в торгівлі російські медіа висвітлювали через конкретних учасників, наприклад, українську кондитерську компанію «Рошен» і Росспоживнагляд, переважно не екстраполюючи ці питання на рівень відносин між країнами в цілому.

Порівнюючи висновки щодо українських та російських медіа можна виявити такі особливості.

За версією українських ЗМІ торговельні відносини розгортаються довкола України в цілому та Росії / російської влади, російські ж показують взаємодію Росії та України в цілому.

При цьому прагнення України у часописах обох країн розцінюється приблизно однаково: асоціація з ЄС і співпраця з Росією та Митним союзом. Бажання ж Росії визначаються по-різному. Автори в українських ЗМІ наполягають на пошуку Росією шляхів зробити Україну підконтрольною,

послабивши її соціально-економічний стан. Російські ж видання ставлять наголос на прагненні Росії співпрацювати з Україною, а торговельні санкції – спосіб забезпечити цю співпрацю, не допустивши Україну до асоційованого членства в ЄС.

Для російських ЗМІ характерно показувати, що здобутки Росії адресуються не лише самій Росії чи російським споживачам, а й іншим країнам Митного союзу й Україні в разі її членства в МС. Саме заради їхньої економічної вигоди й збереження ринків Росія здобуває «благо», Україна ж має на меті власну економічну незалежність.

3.4. Актантне моделювання теми Євромайдану

Найменше представленою в українських ЗМІ є тема Євромайдану з точки зору українсько-російських відносин, оскільки народні виступи відповідно до інтерпретації українських видань були спрямовані не стільки як боротьба проти вступу до Митного союзу, скільки за вступ до Європейського, а згодом акцент перейшов на протистояння тодішній владі, яка впроваджувала авторитарні методи правління.

У газеті «День» ми виявили 11 моделей, із яких 6 побудовані з позиції України як суб'єкта і 5 з позиції Росії.

У першій групі чітко розділяються дві групи суб'єктів – люди на Євромайдані (варіанти – Євромайдан, українці, Київ, середній клас) – 67% та українська влада – 33% (додаток А7). Відокремлювати цих акторів принципово, оскільки українська влада в темі Євромайдану представлена як співучасник проектів Російської влади, представленої в ролі супротивника, тому, представляючи Україну, вона водночас заслуговує бути віднесеною до групи з головним героєм – Росією.

Учасники Євромайдану мають за об'єкт пошуків європейську долю для України (адресат), саму Україну, не інтегровану в Митний союз, зі збереженням суверенітетом, новою національною свідомістю.

Адресатом цих благ виступає асоційована з ЄС Україна, яка відмовилася від повернення до часів СРСР, Україна в статусі реально правової держави, із новою організацією влади. Словом, ідеться про оновлену Україну.

У цьому українцям, що стоять на Євромайдані, допомагає російський тиск (на який Україна реагує інакше, ніж очікувала Росія) та переговори з владою, оскільки бажає мирного виходу з кризи.

У ролі супротивника «День» представляє російську владу: президента РФ В. Путіна і російське самодержавство як традицію, Кремль, який прагне

нової експансії, усю правлячу еліту, Москву, а також українського президента, який, вважається, з ними співпрацює.

У цей самий час українська влада (В. Янукович) як суб'єкт пошуку бажає передати український суверенітет (об'єкт) російській владі (Кремль, Москва), яка виступає одержувачем, її помічника нам встановити не вдалося, а супротивником виступив Євромайдан як новий прошарок суспільства.

У моделях із головним героєм Росією (власне, Росія – 40%, Кремль – 60%) об'єкт – Україна, зокрема розділена і вразлива, поглинута територіальною й інформаційно-пропагандистською експансією Росії (додаток А8).

Адресант невизначений, адресат переважно теж. В одній з моделей одержувач – неоімперія (відродження Росії в такому вигляді).

Відповідно супротивником визнано українців, що вийшли на Євромайдан, а помічником – російські ЗМІ, що здійснюють пропаганду, реабілітація радянського минулого; провокатори на Євромайдані, які прагнуть порушити мирний характер повстання; проросійські сили в Україні, традиційно представлені в особі олігарха В. Медведчука, який має особисті зв'язки з родиною Путіних; українська політична еліта.

Ще менше моделей вдалося виявити за матеріалами «Дзеркала тижня» – усього 8. України як головного героя стосуються три з них, у яких суб'єктом постають Євромайдан та президент В. Янукович (додаток Б7). На відміну від газети «День», у якій ці сили різко протистоять одна одній, «Дзеркало тижня» наділяє їх де в чому спільною метою.

Президент України прагне знайти аргументи, щоб пояснити президентові Росії небажання України вступати в Митний союз. Адресатом є сам В. Янукович, який не бажає стати «васалом» В. Путіна. І Євромайдан йому в цьому допомагає.

Самі ж учасники Євромайдану прагнуть кращого майбутнього, відстоювання себе як повноправних членів суспільства. Ані адресанти, ані одержувачі цього блага не вказані. Супротивником вважається українська

влада, а саме президент і уряд (що, як бачимо, суперечить позиції президента як головного героя). Помічником вказані лише потенційні й до того ж закордонні – США й опозиційно налаштовані росіяни, які можуть підтримати український протест.

Позицію Росії як головного героя у 80% росієцентричних моделей представляє російська влада (додаток Б8). Об'єкт її прагнення – це Україна в таких варіаціях: позбавлена асоціації з ЄС, інтегрована в Митний союз, країна без волі до самовизначення й незалежності, Україна в ролі «пугала» для росіян, дискредитований перед світовою спільнотою український президент.

Одержувачем здобутого об'єкта має стати Росія як відновлена імперія та російська влада, для якої буремні події в Україні за відповідного висвітлення у ЗМІ можуть стати виправданням перед населенням Росії свого варіанту стабільності.

Серед явних супротивників російської влади значаться Євромайдан і всі українці, які його підтримують.

Помічників можна розділити на два блоки: різні види тиску на Україну та її президента, задобрювання фінансовою допомогою, а також сам по собі Євромайдан, корисний для внутрішньоросійської пропаганди і не здатний діяти, щоб реалізовувати свої цілі.

Інтерпретації газети «Україна молода» щодо теми Євромайдану ми відобразили в 9 моделях.

У схемах, де в якості головного героя постає українська сторона (додаток В7), роль суб'єкта виконують, як і в газеті «День», дві сили – Євромайдан (демонстранти Євромайдану, українці) та В. Янукович.

Євромайдан прагне бачити Україну в Європейському Союзі, не допустити її інтеграції з Митним союзом, а також хоче появи нового, більш свідомого покоління українців та вирішення проблем, що існують у державі. Одержувач не вказаний за винятком однієї схеми, у якій ця функція відводиться Україні. Адресанта теж не зазначено.

Майдану протистоять російська та українська влада, зокрема в особах президентів, а також проросійські сили в Україні. Помічник наявний лише для суб'єкта «українці» – Євромайдан.

З позиції В. Януковича-суб'єкта об'єктом постає розгін демонстрантів. Причому сила, яка його на це скеровує – відправник – російська влада (В. Путін, Москва). Росія ж є й помічником, а супротивник не вказаний.

У групі моделей з головним героєм Росією її представляє влада (В. Путін, Москва, Росія у значенні влади РФ) – 75%, ще один фактор – агент впливу Москви в Україні (додаток В8).

Сукупність об'єктів дещо неоднорідна, хоча в цілому йдеться про унеможливлення європейської інтеграції та послаблення України: ізоляція України, зокрема через пропаганду в країнах Європи. У планах також «стесати» нове покоління, яке прагне європейських цінностей, розігнати Майдан.

Владу Росії змушує діяти Євромайдан (Адресант), поява якого загрожує її позиціям у РФ і планами щодо України. У випадку агента впливу Москви адресантом є відповідно Москва, В. Путін.

Адресант – це так само В. Путін, Москва, Росія (її спокій). Найзагальнішим є формулювання про геополітичні мотиви Росії, під якими найчастіше розуміють втягнення України в євразійські національні проекти.

Супротивники російської влади – українці, учасники Євромайдану, чії позиції посилені досвідом масових протестів, перемог і розчарувань.

Помічники – проросійські сили в Україні, здатні вчиняти провокації на Євромайдані, застосовувати силу проти мирних демонстрантів. Важлива роль належить грошам у вигляді кредитування України та підкупу українського президента російським. Визначена й допоміжна функція російського федерального телебачення з його пропагандою й окремо пропагандиста Д. Кисельова.

Найменше матеріалу для складання актантних моделей ми знайшли в «Урядовому кур'єрі». Державне видання нечасто інформувало про події на

Майдані, а якщо й робило це, то в більшості через згадки про нього у виступах високопосадовців, які прагнули в цей час акцентувати увагу на позитивних між Україною та Росією зрушеннях і розділяти народні виступи й українсько-російські відносини.

Усе ж одну модель нам вдалося з'ясувати (додаток Г7). Суб'єктом тут постає українська влада, об'єктом її пошуків – стабілізація відносин з Росією. У цьому владі чинить перепони Євромайдан, що, за висловом прем'єр-міністра М. Азарова, створює інформаційний шум (Процишин В. Микола Азаров: «Держава не утримуватиме підприємства, що проїдають ресурс» // Урядовий кур'єр. – 2013. – 26 грудня. – № 240). Адресант, адресат і помічник влади у висловлюванні не наводяться. Таким чином в українських газетах ми виявили такі актантні особливості розповідання про події Євромайдану (додатки С1, С2):

1) у моделях, побудованих довкола України, існує розділення суб'єктів на владу й суспільство, які, хоча й належать концепту Україна, виступають протидіючими силами (значаться супротивниками одне для одного);

2) українська влада діє спільно з російською владою, з її волі й за її допомогою;

3) Росія як суб'єкт переважно представлена російською владою, об'єкт прагнень якої – чинить перешкоди євроінтеграції України через засоби пропаганди, розколу суспільства, російського лобі в Україні;

4) українська влада прагне налагодження відносин із Росією, однак президент В. Янукович проти набуття статусу васала президента РФ і перебуває в позиції невизначеності, проте на ділі шукає підтримки у Росії;

Російські видання розставили наголоси інакше. На основі публікацій «Независимой газеты» отримали 25 моделей: 9 з Росією в ролі головного героя і 16 – з Україною.

У росієцентричних моделях суб'єктом у 78% випадків є Росія, у решті – В. Путін або Росія в значенні президент Росії (додаток Д7).

Герой перебуває в пошуку об'єктів, які можна об'єднати в два основні смислові блоки. Перший стосується дистанціювання від подій в Україні часів Євромайдану, причому Росія бажає не лише власного нейтралітету, а й невтручання Євросоюзу. Другий блок пов'язаний із залученням України до Митного союзу («порятунком» від ЄС), оскільки Росії необхідно зберегти вплив на українському ринку. Крім того, попри бажання не втручатися й не співпрацювати з президентом України В. Януковичем, Росія намагається вести залаштункову війну проти української влади.

Адресант не актуалізований у публікаціях, адресат – за одним винятком – також.

У пошуках бажаного Росія розраховує на підтримку старшого покоління в українській владі, слабкість В. Януковича, ефективність наданих Україні поступок – знижки на газ і кредити.

Супротивником Росії показаний Євромайдан, під яким розуміється не лише сама акція, а все молоде покоління в українській владі та суспільстві, яке пов'язує майбутнє України з Євросоюзом та критикує політику російської влади. Перешкодою для Росії постає також ЄС із його проектом «Східне партнерство», що розцінюється Росією як посягання на більшою чи меншою мірою підконтрольні Росії пострадянські країни.

У групі україноцентричних моделей суб'єктом найчастіше постає українська влада (український президент, команда В. Януковича, Київ) – 63%. Українці, учасники Євромайдану представляють цей актант у 25%, власне Україна та українська опозиція представлені в одиничних випадках (додаток Д8).

Об'єкти пошуків відрізняються залежно від зазначених суб'єктів. Так, українська влада прагне залучити Росію до врегулювання політичної кризи в Україні та до прийняття рішення щодо вступу України в ЄС. Водночас вона хоче отримати вигоди й поступки від обох інтеграційних об'єднань, схильючись усе ж до Митного союзу, а також стабілізувати ситуацію в Україні, зберігши соціальні гарантії для населення, але не виконавши вимог

учасників Євромайдану. Решта акторів виступає зі спільним бажанням асоціації України з ЄС та низкою вимог до чинної влади: не торгуватися зі східними та західними партнерами, покарати винних у придушенні протестів, змінити владу на демократичну й підпорядковану суспільству, яка не стане прикриттям корупції, беззаконня й олігархії.

Адресант у 81% моделей не визначений, у решті – Євросоюз, опозиція та учасники Євромайдану, представлені як відправник щодо української влади. Адресант не вказаний у 94% моделей.

Помічник також у більшості моделей не вказаний, водночас із заявлених два стосуються української влади – ідеться про Росію, зокрема президента РФ В. Путіна, та Євромайдан, який проти волі допомагає президентові «виторговувати» більший зиск у переговорах із Росією та ЄС, а також Євромайдану, якому сприяють представники ЄС та журналісти зарубіжних видань.

Так само розділені й опоненти: щодо влади – це українське суспільство, яке бере участь у Євромайдані безпосередньо або просто підтримує його вимоги демократичних перетворень. Самому ж Євромайдану стає на заваді президент В. Янукович, який домовляється з Росією про співпрацю, не розуміє – або ж, розуміючи, ігнорує – потреби й вимоги людей. Чинять перешкоди і відсутність лідера, якого громадський рух міг би протиставити В. Януковичу, і опозиція, що не виявляє згуртованості й не пропонує суспільству програму дій.

У публікаціях газети «Московский комсомолец» ми віднайшли моделі лише з Україною в головній ролі, оскільки в переважній більшості матеріалів тема представлена безвідносно до Росії, а в решті йдеться про опосередковану участь РФ у цих подіях, відтак не йдеться про активне переслідування нею якихось інтересів.

Головним героєм більшості моделей (усього їх виявлено 5) стали учасники акції (Майдан, українці, молодь), і лише в одному випадку фігурує Україна в цілому (додаток Е8).

Об'єкт прагнень Євромайдану – європейська інтеграція України, збереження суверенітету й недопущення її продажу В. Януковичем російській владі. Крім того, із гасла «Слава нації! Смерть ворогам!» та виразу «хто не скаче – той москаль», вживаних на Майдані, автор однієї з публікацій робить висновок, що українці бажають смерті «москалям».

Адресатом представлений лідер української опозиційної партії «УДАР» В. Кличко, із заклику якого в соціальних мережах, вважається, почався Євромайдан, а також – проти волі – Росія, яка газовим і торговельним тиском укупі з виразно засвідченими імперськими амбіціями В. Путіна відвернула Україну від себе на користь Європейського Союзу. Адресант і помічник виявлені не були.

За публікаціями «Новой газеты» нами виведено 10 актантних моделей: 4 росіє- і 6 україноцентричних.

У першій групі суб'єкт представляє Росія та російська влада (В. Путін, Кремль), рідше – росіяни (додаток Ж7).

Перші два герої, тобто Росія та російська влада, прагнуть мати Україну в якості полігону помаранчевих революцій, підтримувати в Росії напівтоталітарний режим і штучну стабільність, росіяни ж бажають зробити власний вибір майбутнього країни.

Серед одержувачів значаться Росія і Кремль, а відправником є боротьба українців за європейський вибір (варіант – українська революція). Такий адресант змушує владу РФ «закручувати гайки», а росіян пробуджує до такої самої боротьби за права людини в Росії, показуючи, що в них теж є право на власний вибір.

Помічники у цій групі моделей не визначені, а супротивник вказаний лише щодо російської влади: ним пасивно виступає Україна, показуючи даремність зусиль Кремля зі створення напівтоталітарного режиму.

В україноцентричних моделях основний суб'єкт – представники українського суспільства, які беруть участь в Євромайдані та розділяють

погляди його активістів (Євромадан, Народне віче, натовп, українці, Україна). Крім того, згадана в цій ролі й українська влада (додаток Ж8).

Перший – збірний – учасник прагне асоційованого членства країни в ЄС, зміни влади, справедливого суду, встановлення принципів демократії в державі, причому для нього важливо увійти в нове, цивілізоване середовище разом з росіянами, пробудити в них прагнення до змін і самоповагу. Українська ж влада зацікавлена у відновленні євразійської інтеграційної стратегії, розвороті до Митного союзу і входженні України до складу нової російської імперії.

Відправник заявлений лише для Євромайдану – цей актант представляє Росія (проти власної волі), яка своїми діями відвернула від себе українців, а також українська влада, яка кілька років тому розпочала активний переговорний процес щодо європейської інтеграції України. Стверджується також, що на пошуки блага українців спрямовують емоції, оскільки вибір між Європою та Росією вони роблять несвідомо. Адресат у більшості не зазначений. Єдиний виняток становлять українське та російське суспільства, заради яких тривають протести в Україні. Помічник Євромайдану теж не заявлений.

Супротивник української влади – Євромайдан, а Євромайдану – президент України В.Янукович та президент Росії В. Путін, який чинить тиск, змушуючи Україну до євразійської інтеграції, а також провокатори, які прагнуть порушити мирний характер акції протесту.

У матеріалах «Российской газеты» ми визначили 6 моделей, з яких лише одна росієцентрична. Суб'єкт у ній – сама Росія, яка хоче надати допомогу Україні, підтримати її (передусім – український народ) фінансово, надавши кредит та знижку на закупівлю газу (додаток И7).

Відповідно одержувач – Україна, відправник не вказаний, як і помічник. У ролі супротивників названі учасники Євромайдану, а саме українські опозиційні партії та їхні прихильники із Західної України, зокрема Львова й Івано-Франківська, бездомні люди (такими бачиться основний

контингент акції) й представники Європейського Союзу, які періодично виступають на Майдані й надають йому підтримку.

В україноцентричних моделях вказані два суб'єкти (додаток И8). Перший – учасники Майдану («майданники», радикально налаштована молодь, що перебуває під впливом опозиційних партій), українці, які підтримують цей протест. Другий суб'єкт – президент В. Янукович. Розрізнення цих суб'єктів необхідне, оскільки їхні прагнення вступають у суперечність.

Перший бажає дистанціюватися від Митного союзу й Росії, вижити з України «совок», тобто пережитки радянського режиму, і ввійти в «дружну європейську сім'ю», побудувати державу на основі європейських цінностей, що порівнюється з отриманням «вудочки» замість «риби», пропонованої Росією. Ідеться також і про бажання учасників Євромайдану помститися Росії.

Українська ж влада навпаки сподівається на згасання масових настроїв і поступове завершення акції. Відправник, одержувач і супротивник у випадку головного героя В. Януковича не вказані. Помічниками вважаються Росія та Китай, які можуть здійснити певні кроки назустріч президенту України, щоб влада змогла заспокоїти народ новинами про вигідні домовленості, а також зимові погодні умови, не сприятливі для вуличних акцій.

Автори «Российской газеты» вважають, що відправник учасників Євромайдану – Європейський Союз, а одержувач – українці й гіпотетична Україна, яка миттєво позбавилася корупції, нечесних судів і виборів (підкреслюється нереалістичність мети).

Супротивником постає українська влада, окремі посадові особи, а помічником – інформаційна кампанія проти Росії, а саме виставляння Москви ворогом, «поливання брудом», поширення чуток про таємні злочинні домовленості української та російської влади, українська опозиція та підкуплені нею молодь, футбольні вболівальники, націоналісти, провокатори

різного штибу, окремі інститути США, вороже налаштовані щодо української влади, президент Грузії 2004–2013 років М. Саакашвілі, якого російські провладні медіа традиційно представляють у співпраці з країнами Заходу. Отже, ідеться про інформаційні технології, підкуп та підтримку Євромайдану з-за кордону.

У цілому українсько-російські відносини в аспекті теми Євромайдану висвітлювалися в російських медіа через актантні моделі з такими особливостями (додатки P1, P2):

1) Спільним для трьох видань (крім «Московського комсомольця») головним героєм росієцентричних моделей є власне Росія, яка прагне надати Україні допомогу, дистанціюватися від конфлікту, пов'язаного з Євромайданом, і закріпити чинний владний режим у Росії, щоб не допустити подібних акцій в РФ.

2) Адресант достеменно не визначений, як і помічник, а в одержувачах і супротивниках значиться українська сторона: у першому випадку – український народ, у другому – Майдан та опозиційні партії парламенту України, які, вважає редакція «Российской газеты», організували акцію громадянської непокорі. Отже, Росія надає допомогу Україні та українцям, намагаючись не втручатися в конфлікт, ініційований опозицією.

3) Україну представляють два актори: люди на Євромайдані (суспільство, українці, Євромайдан), з одного боку, та українська влада – з іншого.

4) Ці герої постають антагоністами одне для одного. Учасники Євромайдану бажають інтеграції України в ЄС, розриву зв'язків з Росією, зміни влади в Україні на демократичну, підконтрольну суспільству. Одержувачами цього блага мають стати українці та Україна в цілому. Українська влада навпаки бажає якнайшвидшого завершення Євромайдану й сподівається на підтримку Росії

5) Закономірно потенційним помічником українського керівництва, за версією російських ЗМІ, є Росія, опонентом – Євромайдан як суспільний рух. Самому ж Євромайдану допомагають представники західних країн, а

шкодять українська та російська влада. Отже, відносно цих двох суб'єктів, актори, що представляють Росію, набувають різних функціональних характеристик.

Загалом, відповідно до результатів актантного аналізу, українські та російські газети дуже близько інтерпретують події Євромайдану при тому, що на перший погляд здається, ніби російська державна пропаганда йде в розріз із інтерпретаціями українських та опозиційних російських видань.

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 і супротивника Євромайдану.

Однак 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, чому протидіє українське суспільство, яка прагне 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, Росія в першу чергу хоче допомогти собі.

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

Ці моделі не суперечать одна одній, однак головне для нас те, що вони дають змогу побачити логічні наголоси в переповіданні подій українськими та російськими виданнями своїм аудиторіям.

Висновки до розділу 3

Проаналізувавши фрагменти публікацій про відносини України та Росії в аспекті найбільш актуальних у 2013 році тем, можемо зробити такі висновки.

Зведені воєдино підсумкові актантні моделі кожної з тем в українських виданнях (додатки У1, У2), дають підстави для висновку, що основним об'єктом Росії / російської влади вважається Україна, підконтрольна РФ (ідеться і про політичну, і про енергетичну та торговельно-економічну сфери), Україна ж як суб'єкт прагне незалежності (відповідно політичної, енергетичної, торговельно-економічної).

У російських виданнях (додатки Ф1, Ф2) головний герой Україна (українці, Євромайдан) прагне асоціації й створення зони вільної торгівлі з ЄС, а не з Росією в складі Митного союзу, бажає змінити владу, покарати винних у розгоні Євромайдану 1 грудня 2013 року та відстояти такі цінності як повага до людини й демократична влада. Росія ж як головний герой змушена захищатися від прагнень України, оскільки їх здійснення загрожують економіці, владі та взагалі державним інтересам РФ.

За всіма розглянутими темами є підстави стверджувати, що, відповідно до версій як українських, так і російських видань, Росія прагне в першу чергу матеріального зиску від економічної, політичної взаємодії з Україною, а Україна – незалежності.

У кожній із розглянутих тем як в українських, так і в російських ЗМІ Україна як суб'єкт діє у власних інтересах, заради себе і своєї незалежності (адресат). Об'єкт її пошуків – це сама Україна в новому статусі (інтегрована в ЄС, європейська, суверенна, економічно розвинена тощо). Себе ж вона бачить і об'єктом Росії, яка при цьому бажає їй протилежної долі – інтегрованості в євразійський простір, залежності, економічного занепаду тощо. При цьому вважається, що Росію мотивують (відправник) імперські амбіції влади, зокрема президента, фантомні болі, ностальгія тощо. Так само

й Україна керується не раціональними мотивами, а сподіваннями, емоціями, потягом до європейських цінностей.

Серед помічників Росії та супротивників України (а найчастіше це одні й ті самі актори) рідко визначаються конкретні дійові особи. Частіше ідеться про сприятливі або шкідливі дії, методи, засоби, які може вчинити / застосувати та чи інша сторона і які персоніфікуються, наділяються функціями. Журналісти обох країн частіше використовують конструкції на зразок «економічний тиск змушує Україну...» ніж «Росія тиском змушує Україну». Відтак саму дійову особу можна встановити лише з контексту й із певною ймовірністю.

Для українських медіа характерно шукати опонентів (чи перешкоди) для здобуття Україною блага в самій Україні – її владі, суспільстві, національному характері, історичному шляху, усталеному положенню відносно інших країн, зокрема відносно Росії. Російські ж медіа показують передусім зовнішніх ворогів Росії.

У межах побудованих актантних моделей найчіткіше й найповніше відображений зв'язок суб'єкта й об'єкта, меншою мірою – суб'єкта й опонента, суб'єкта й помічника. Найменше уваги присвячено адресантові – силі, яка «запускає» сюжет. Озвучення цієї сили по суті дає відповідь на запитання «кому вигідна?» та чи інша дія, подія, ситуація. Саме це запитання залишається в більшості випадків відкритим у публікаціях про відносини України й Росії.

Менш невизначеним залишається запитання «заради кого / чого?» суб'єкт прагне знайти благо, хто є адресатом. При цьому в російських ЗМІ цей актант проявляється значно частіше, ніж в українських. Також у медіа обох країн існує невизначеність між об'єктом і адресантом як між метою вищого й нижчого порядку. Наприклад, з одних фрагментів публікацій випливає, що Україна потребує асоційованого членства в ЄС заради самого членства, з інших – що за цим кроком стоїть вища мета – добробут, справедливість у суспільстві тощо.

Виявлені моделі містять значну кількість потенційних актантів, особливо це стосується опонентів та помічників. Драматизм українсько-російських відносин в пресі обох суспільств найчастіше будується на очікуванні появи помічника чи супротивника. Оскільки реальність (на відміну від казки за В. Проппом) непередбачувана й ролі, приписані тому чи іншому акторові, можуть водночас змінюватися, лише за подальшими діями читачі будуть здатні оцінити, чи справджуються їхні тлумачення, чи відповідає реальності актантні модель, наведена у ЗМІ, чи потребуватиме вона корекції надалі та як скоро виникне така необхідність.

В українських виданнях за всіма темами спостерігається взаємна підрядність україноцентричних та росієцентричних моделей: росієцентричні моделі становлять собою розгортання україноцентричних в актанті «супротивник», а україноцентричні є підрядними для росієцентричних в актанті «об'єкт». У російських медіа явної взаємної підрядності не проглядається.

Українські ЗМІ проявляють значну єдність в інтерпретаціях кожної з чотирьох тем. Водночас виведення спільних схем між різними російськими виданнями доволі ускладнене. Часто вони або по-різному пояснюють сутність проблеми, або обговорюють різні аспекти однієї і тієї ж теми, або висвітлюють її з різною інтенсивністю, так що одне видання уважно стежить за темою, а інше згадує її в одній публікації чи не згадує зовсім. Утім спостерігається певна близькість інтерпретацій між «Российской газетой» і «Независимой газетой», а також між «Новой газетой» і «Московским комсомольцем», що теж іноді публікує матеріали, у яких висловлені думки, опозиційні щодо владної ідеології. Поширення в суспільстві таких неоднозначних інтерпретацій очевидно не сприяє консолідації щодо тієї чи іншої проблеми і може пояснюватися як буквальним дотриманням свободи слова (що малоймовірно, оскільки за версією Freedom House, у 2013 році РФ посіла 176 місце із 196 за рівнем свободи слова [121], а за версією «Reporters

Without Borders» – 148 позицію зі 179 [149]), так і політикою, спрямованою на роз'єднаність у суспільстві.

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 аспект 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, високі 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 ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамова Е. Концепт «Россия» в дискурсе современных российских масс-медиа: когнитивная структура, динамика, особенности языковой объективации: (на материале журнала «Родина» за 1989–2011 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 – Русский язык / Абрамова Елена Сергеевна. – Белгород, 2012. – 23 с.
2. Азимов Э. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин – М. : Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
3. Айвазян Л. Имидж России в СМИ Армении / Л. Айвазян // ПОЛИТЭКС. – 2007. – № 3. – С. 218–226.
4. Андрусів С. Модус національної ідентичності: львівський текст 30-х років ХХ ст. / Стефанія Миколаївна Андрусів. – Львів : Видавництво Львівського університету ім. І. Франка ; Тернопіль : Джура, 2000. – 340 с.
5. Аристотель. Поэтика // Риторика [перевод с древнегреческого и примечания О. П. Цыбенко; под ред. О. А. Сычева и И. В. Пешкова]. Поэтика [Перевод В. Г. Аппельрота под ред. Ф. А. Петровского; сопровождающая статья В. Н. Марова]. – М. : Лабиринт, 2000. – С. 224.
6. Бабайцев А. Смысл и значение / А. Ю. Бабайцев // Новейший философский словарь. – Минск, 1998. – С. 629–630.
7. Бабенко В. Образ России и Украины в высказываниях государственных лидеров и политических деятелей двух стран [Электронне джерело] / Бабенко В. Н. – 2013. – С. 1–51. – Режим доступу : <http://ukros.ru/2013/01/17/>
8. Балакина О. Тема России в прессе Финляндии на рубеже ХХ–ХХІ вв. (по материалам финских газет «Хельсингин Саномат», «Турун Саномат», «Калева» в 1999–2000 гг.) : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 – Журналистика / Балакина Ольга Борисовна. – М., 2003. – 175 с.
9. Баранов А. Постулаты когнитивной семантики / А. Н. Баранов,

- Д. О. Добровольский // Известия АН. Серия литературы и языка. – 1997. – Том 56, № 1. – С. 11–21.
10. Барбара Н. Метафоризація концепту Україна в сучасному російському публіцистичному дискурсі / Н. Барбара // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология». Том 20 (59). – 2007. – С. 393–396.
 11. Баринов С. Образ Украины и особенности местной идентичности населения российско-украинского пограничья / С. Баринов, А. Самсонова, А. Гриценко // Региональные исследования. – 2009. – № 3 (24). – С. 22–28.
 12. Барт Р. Введение в структурный анализ повествовательных текстов / Ролан Барт // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму / [пер. с франц., сост., вступ. ст. Г. К. Косикова]. – М. : ИГ Прогресс, 2000. – С. 196–238.
 13. Бацевич Ф. Словник термінів міжкультурної комунікації / Ф. С. Бацевич. – К. : Довіра, 2007. – 205 с. – (Словники України).
 14. Белоусова А. Ономастический концепт Россия в заголовочном комплексе газетного дискурса: лингвокогнитивный аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 – Русский язык / Белоусова Алла Игоревна. – Вологда, 2011. – 22 с.
 15. Богдан Е. Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 – Журналистика / Богдан Елена Николаевна. – М., 2007. – 224 с.
 16. Бойко О. Зовнішньополітичний образ України та чинники його формування в друкованих англомовних ЗМІ в умовах трансформації суспільства : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 – Політичні інститути та процеси / Бойко Оксана Владиславівна ; НАН України. Ін-т політ. і етнонац. досліджень. – К., 2001. – 22 с.
 17. Бондарева Л. Динамика политического имиджа России в качественной прессе США : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 – Политические

- институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии / Бондарева Лилия Владимировна. – М., 2007. – 144 с.
18. Бондарик М. Национальный проект «здоровье»: обеспечение условий достойной жизни? (по материалам печатных СМИ, 2005–2006 гг.) / М. Бондарик // Образ достойной жизни в современных российских СМИ : сб. ст. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2008. – С. 76–87.
 19. Бонфаделлі Г. Вплив медіа / Гайнц Бонфаделлі // Журналістика та медіа : Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / [перекл. з нім. П. Демешко та К. Макєєв; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волощенко]. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – С. 58–65.
 20. Брага І. Мовна репрезентація образу держави у пресі України (кінець 1970-х – початок 2000-х років) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 – Українська мова / Брага Ірина Іванівна. – К., 2002. – 18 с.
 21. Бутирський О. Україна у дзеркалі західних ЗМІ / О. Бутирський // Актуальні питання масової комунікації. – 2002. – Вип. 3. – С. 57–58.
 22. Валгина Н. Теория текста : учебное пособие / Н. В. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 173 с. – (Учебник XXI века).
 23. Василик Л. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності : монографія / Л. Є. Василик. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2010. – 416 с.
 24. Василик Л. Парадигма Україна–Європа в публіцистиці сучасних літературно-художніх видань / Л. Є. Василик // Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Літературознавство. Соціальні комунікації. – Вип. 10. Соціальні комунікації. – С. 22–30.
 25. Ващенко Н. Геополітичні вектори ЄС щодо України на сторінках німецької преси / Н. М. Ващенко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2006. – Т. 23. – С. 26–34.

26. Греймас А.-Ж. Размышления об актантных моделях / Альгирдас-Жюльен Греймас // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму / [пер. с франц., сост., вступ. ст. Г. К. Косикова]. – М. : ИГ Прогресс, 2000. – С. 153–170.
27. Греймас А.-Ж. Семиотика: объяснительный словарь теории языка // Семиотика / А.-Ж Греймас, Ж. Курте; [сост., вступ. ст. и общ. ред. Ю. С. Степанова]. – М. : Радуга, 1983. – С. 483–550.
28. Греймас А.-Ж. Структурная семантика: Поиск метода / Альгирдас-Жюльен Греймас / перевод с французского Л. Зиминой. – М. : Академический Проект. – 2004. – 368 с. – («Концепции»).
29. Грузберг Л. Концепт / Л. А. Грузберг // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожиной ; члены редколлегии : Е. А. Баженова, М. П. Котюрова, А. П. Сковородников. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2006. – С. 181–184.
30. Грушко О. Проблеми українсько-російських відносин в енергетичній сфері у відображенні якісних ЗМІ: політичні аспекти / О. О. Грушко // Панорама політичних студій : Науковий вісник Рівненського державного гуманітарного університету. – 2013. – Вип. 10. – С. 46–55.
31. Демченко С. Масова комунікація як чинник формування громадянського суспільства в незалежній Україні (глобальне і національне) : монографія / Сергій Демченко. – Дніпропетровськ : Вид-во Маковецький, 2009. – 368 с.
32. Дмитрова Е. Образ современной России на страницах газеты «The Guardian» / Е. В. Дмитрова ; Томский государственный университет. – Томск, 2002. – 17 с. – Деп. В ИНИОН Рос. акад. наук. 25.09.2002 г., N 57448.
33. Долгова Т. Метафорична інтерпретація концепту Україна (на матеріалі англomовного газетного дискурсу) / Т. Б. Долгова // Вісник ХНУ. – 2010. – № 896. – С. 17–22.

34. Долгова Т. Логічні ознаки концепту Україна у британському газетному дискурсі / Т. Б. Долгова // Вісник ХНУ. – 2009. – № 848. – С. 28–31.
35. Житарюк М. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство : монографія / Мар'ян Житарюк. – Львів, 2008. – 416 с.
36. Завгородня І. Особливості та джерела висвітлення української політичної тематики на шпальтах російської якісної преси / Інна Завгородня // Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». – 2007. – Вип. 30. – С. 222–225.
37. Зубик О. Імідж України: погляд з-за меж [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=11063
38. Зусман В. Концепт в системі гуманитарного знання [Електронний ресурс] / В. Зусман // Вопросы литературы. – 2003. – № 2. – Режим доступу : <http://magazines.russ.ru/voplit/2003/2/zys.html>
39. Іванов О. Дослідження політичної комунікації політичних еліт методом контент-аналізу / О. В. Іванов // Наукові записки. Соціологічні науки. – 2009. – Том 06. – С. 43–49.
40. Ільчук С. Українське обличчя британських інтернет-ЗМК (на матеріалі електронної версії газети «The Times») / С. А. Ільчук // Наукові записки Інституту журналістики. – Липень – вересень 2010. – Том 40. – С. 222–225.
41. Карасик В. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
42. Ковалева Н. Образ современной России на страницах журнала «Der Spiegel» / Н. В. Ковальова // Россия и русские глазами дальнего зарубежья : сб. статей. – Томск, 2002. – С. 3–8.
43. Костенко Н. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики : монографія / Наталія Костенко, Валерій Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
44. Костина К. Аксиологический аспект языковой репрезентации образа

- России в современном немецком медиадискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 – Германские языки / Костина Ксения Викторовна. – Иркутск, 2011. – 18 с.
45. Котляревська Т. Фреймове відображення концепту Україна у політичних статтях франкомовними інтернет-джерелами (на прикладі «Ukraine: la perspective d'une nouvelle coalition gouvernementale s'eloigne» та «Echec d'une nouvelle coalition en Ukraine») / Т. В. Котляревська // Наукові записки Інституту журналістики. – Липень-вересень 2010. – Том 40. – С. 21–24.
46. Кузнєцова Т. Смысл как засіб актуалізації оцінки мас-медійного тексту / Т. В. Кузнєцова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Том 24 (63). – № 4, Часть 1. – С. 163–168.
47. Кулик С. Образ України в британських Інтернет-ЗМІ (за матеріалами веб-сайтів газет «The Times», «The Guardian», «The Independent») : автореф. дис ... канд. наук із соціальних комунікацій : 27.00.06 – Прикладні соціально-комунікаційні технології / Світлана Анатоліївна Кулик. – Київ, 2012. – 16 с.
48. Леонов О. Імідж України у дзеркалі російських електронних ЗМІ / О. Леонов [Електронне джерело]. – Режим доступу : <http://www.niisp.gov.ua/articles/50/>
49. Леонтьев А. Формы существования значения / А. А. Леонтьев // Психолингвистические проблемы семантики / отв. ред. А. А. Леонтьев, А. М. Шахнарович. – М. : Наука, 1983. – С. 5–20.
50. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Деніс Мак-Квейл / [переклали з англ. Оля Возьна, Галина Сташків]. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
51. Маклюен М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Маршалл Маклюен / [пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова]. — М., Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с. –

- (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»).
52. Маршанских Т. О некоторых признаках концепта «Россия» в качественных немецких изданиях: «Der Spiegel» и «Spiegel Online» / Т. Маршанских // Коммуникация в современном мире : материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Журналистика, реклама и связи с общественностью: новые подходы», Воронеж, 30 октября – 1 ноября 2006 г. / под ред. проф. В. В. Тулупова. – Воронеж, 2006. – С. 102–104.
 53. Медовкіна Л. Російсько-український газовий конфлікт 2009 р. у висвітленні та оцінках британських ЗМІ / Л. Ю. Медовкіна // Грани. – 2012. – № 1. – С. 17 – 22.
 54. Миронова Э. Образ России в журнале «Нью-Йоркер» : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 – Журналистика / Миронова Эльвира Геннадьевна. – М., 2010. – 26 с.
 55. Моисеева Т. Метафорическое моделирование образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 – Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание / Моисеева Татьяна Валерьевна. – Екатеринбург, 2007. – 235 с.
 56. Мудраченко Т. Базові референти концепту УКРАЇНА в англомовному публіцистичному дискурсі / Т. Б. Мудраченко // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2010. – №3 (1). – С. 126 – 129.
 57. Мудраченко Т. Кваліфікація референтів концепту УКРАЇНА в сучасному англомовному публіцистичному дискурсі / Т. Б. Мудраченко // Нова філологія : зб. наук. праць – Запоріжжя : ЗНУ, 2011. – № 45. – С. 89–92.
 58. Никитина Л. Антропоцентристская семантика: образ homo sapiens по данным русского языка : учеб. пособие [Электронный ресурс] /

- Л. Б. Никитина. – 2-е изд., стереотип. – Москва : Флинта, 2011. – Режим доступа : http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=660485
59. Новикова Э. Лингвопрагматические средства создания современного политического образа России в прессе Германии : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 – Германские языки / Новикова Элина Юрьевна. – Волгоград, 2003. – 184 с.
 60. Онуфрів С. Політичний дискурс ЗМІ України у світовому інформаційному просторі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Онуфрів Соломія Тарасівна. – К., 2005. – 20 с.
 61. Орлова О. Стереотипы «противостояния» в структуре концепта «RUSSIA» / Олеся Геннадьевна Орлова // Альманах современной науки и образования. – Тамбов : Грамота, 2010. – № 2 (33) : в 2 ч. – Ч. II. – С. 121–123.
 62. Павленис Р. Проблемы смысла: [современный логико-философский анализ языка] / Р. И. Павленис. – М. : Мысль, 1983. – 286 с.
 63. Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікації / Л. Павлюк. – Львів : ПАІС, 2006. – 120 с.
 64. Пантелеева Е. Образ современной политической России в англоязычном медийном дискурсе: идеологический аспект / Е. А. Пантелеева // Вестник НГЛУ. – 2012. – Выпуск 18. Язык и культура. – С. 69–77.
 65. Пименова М. Концепт «Украина» (на материале российских СМИ) / М. В. Пименова // Политическая лингвистика. – 2007. – Вып. 2 (22). – С. 52–60.
 66. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння / Борис Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с.
 67. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації / Георгій Почепцов. – К. : Спадщина, 2012. – 464 с.
 68. Почепцов Г. Семиотика / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2002. – 432 с. – (Образовательная библиотека).
 69. Почепцов Г. Трансляція історій як базис цивілізацій [Електронне

- джерело] / Георгій Почепцов. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/translyatsiya_istoriy_yak_bazis_tsivilizatsii/
70. Пропп В. Морфология волшебной сказки / В. Я. Пропп / Научная редакция, текстологический комментарий И. В. Пешкова. – М. : Лабиринт, 2001. – 192 с.
 71. Пшенкин А. Метафорический образ СССР / России в американском и российском политическом дискурсе / А. А. Пшенкин // Политическая лингвистика. – 2006. – Вып. 20. – С. 146–160.
 72. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / Володимир Різун. – 2011. – Режим доступу : journlib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf
 73. Российско-украинское сотрудничество: политика, экономика, культура, наука, образование: Указ. лит., 2002–2012 гг. / РАН. ИНИОН. Фундам. б-ка. Отдел науч.-библиогр. информации; сост. А. И. Слива; отв. ред. В. Н. Бабенко. – М., 2013. – 60 с.
 74. Сайко Е. Россия в медиадискурсе Германии: актуальные фреймы и механизмы их формирования / Е. Л. Сайко // Политическая лингвистика. – 2011. – № 2 (36). – С. 157–161.
 75. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля. – К., 2006. – 716 с.
 76. Семида О. Україніка у французькому медійному дискурсі: лінгвопрагматичний та когнітивний аспекти : автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.05 – Романські мови / Семида Оксана Володимирівна. – Київ, 2009. – 20 с.
 77. Скриник М. Мілітарна метафора як один із засобів вербалізації концепту Україна в російських ЗМІ / М. В. Скриник // Мова і культура. – 2013. – Вип. 16, Т. 1. – С. 172–178.

78. Словник української мови : в 11 томах. Т. 9 / редактори тому І. С. Назарова, О. П. Петровська, Л. Г. Скрипник, Л. А. Юрчук. – К. : Наукова думка, 1978. – 916 с.
79. Соколов А. Общая теория социальной коммуникации : учебное пособие [Электронне джерело] / А. В. Соколов. – СПб. : Издательство Михайлова В. А., 2002. – 461 с. – Режим доступу : <http://window.edu.ru/resource/468/42468/files/index.html>
80. Степанов Ю. Константы: Словарь русской культуры. – 3-е изд. – М. : Академический проект, 2004. – С. 42–67.
81. Степанов Ю. Семиотика концептов / Юрий Степанов // Семиотика : Антология / [Сост. и общ. ред. Ю. С. Степанов]. – [изд. 2-е, переработ. и доп.]. – М. : Академический проект, 2000. – С. 603–612.
82. Степин В. Цивилизация и культура / Вячеслав Степин. – СПб. : СПбГУП, 2011. – 408 с. – (Классика гуманитарной мысли. – Вып. 3).
83. Стернин И. Основы речевого воздействия : учеб. изд. / И. А. Стернин. – изд. 2-е, испр. – Воронеж : Истоки, 2012. – 178 с.
84. Ступницкая М. Репрезентация образа России в публицистическом дискурсе Франции / М. И. Ступницкая // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2008. – № 3. – С. 28–29.
85. Теньер Л. Основы структурного синтаксиса : [пер. с франц. ; редкол. : Г. В. Степанов (пред.) и др. ; вступ. ст. и общ. ред. В. Г. Гака]. / Люсьен Теньер. – М. : Прогресс, 1988. – 656 с. – (Языковеды мира).
86. Тичер С. Методы анализа текста и дискурса / Стефан Тичер, Майкл Мейер, Рут Водак, Ева Веттер / пер. с англ. – Х. : Изд-во Гуманитарный центр, 2009. – 356 с.
87. Торопова Е. Качественная пресса как фактор формирования имиджа России : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. – Журналистика / Торопова Екатерина Анатольевна. – М., 2010. – 25 с.
88. Ужегова З. Образ «новой» России на Западе (по материалам американской и британской прессы) : дис. ... канд. культурол. наук :

- 24.00.02 – Историческая культурология / Ужегова Зарина Асурбековна. – М., 1999. – 228 с.
89. Урбан М. О значимости несостоявшегося события. Послание президента Дмитрия Медведева Федеральному собранию 2010 года / М. Урбан, Р. З. Хестанов // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. – 2011. – № 76 (2). – С. 214–227.
90. Феклюнина В. Политический имидж России в американской прессе 2000–2004 гг.: автореф. дис. ... канд. полит. наук.: 23.00.02. – Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии / Феклюнина Валентина Сергеевна. – Саратов, 2005. – 21 с.
91. Філенко І. Особливості висвітлення зовнішньої політики України в російських ЗМІ за часів президентства Б. Єльцина / І. В. Філенко // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія. – 2013. – Вип. 6. – С. 114–124.
92. Цимбурский В. Метаистория и теория трагедии: к поэтике политики / Вадим Цимбурский // Общественные науки и современность. – 1993. – № 5–6. – С. 141–153.
93. Чабан Н. Образ суверенной Украины в вербальном воплощении (на материале публикаций газеты «The New York Times»): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 – Германські мови / Чабан Наталья Анатольевна. – Черкасы, 1997. – 179 с.
94. Черненко Е. Образ постсоветской России в немецком еженедельном иллюстрированном журнале «Шпигель»: источниковедческое исследование: автореф. дис. ... канд. ист. наук: 07.00.09 – Историография, источниковедение и методы исторического исследования / Черненко Елена Владимировна. – М., 2009. – 29 с.
95. Чудинов А. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2001. – 238 с.

96. Шевцов О. Формирование медийного имиджа России проправительственной газетной периодикой Украины (2004–2009 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 – Журналистика / Шевцов Олег Леонидович. – Воронеж, 2011. – 24 с.
97. Шмид В. Нарратология / В. Шмид. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – 312 с. – (Studia Philologica).
98. Шоль А. Медійний контент // Журналістика та медіа : Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / [перекл. з нім. П. Демешко та К. Макєєв ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк]. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – С. 293–297.
99. Штерн І. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики. Енциклопедичний словник [для фахівців з теорет. гуманіт. дисциплін та гуманіт. інф-ки] / І. Б. Штерн. – К. : АртЕк, 1998. – 336 с. – (Трансформація гуманітарної освіти в Україні).
100. Эко У. Роль читателя: исследования по семиотике текста / Умберто Эко [перев. с англ. и итал. С. Д. Серебряного]. – М. : Издательство РГГУ, СПб. : Симпозиум, 2007. – 502 с.
101. Юрьева И. Концепт «РОССИЯ» как фрагмент русской национальной картины мира периода XX – начала XXI вв. : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 – Русский язык / Ирина Анатольевна Юрьева. – Магнитогорск, 2008. – 22 с.
102. Ярская-Смирнова Е. Нарративный анализ в социологии / Е. Р. Ярская-Смирнова // Социологический журнал. – 1997. – № 3. – С. 38–61.
103. Aarva P. Studying the Striving and Opposing Forces in Newspaper Journalism: The Actantial Model of Health Promotion / Pauliina Aarve, Marja Pakarinen Tampere // Health Promotion International, Vol. 21. – 2006. – № 2. – P. 160–168.
104. Abu-Lughod L. Egyptian Melodrama – Technology of Modern Subject? / Lila Abu-Lughod // Media Worlds: Anthropology on New Terrain / edited by

- Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod, and Brian Larkin. – Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press, 2002. – P. 115–133.
105. Bailey G. Medusa's Gaze: North American Press Coverage of the Peruvian Hostage Crisis / Gina Bailey // *The Global Dynamics of News: Studies in International News Coverage and News Agenda* / editors Abbas Malek, Anandam P. Kavoori. – Stamford, CT : Alex Publishing Corporation, 2000. – P. 145–173.
 106. Bal M. Narratology: Introduction to the Theory of Narrative ; 3rd ed / Mieke Bal. – Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press, 2009. – 264 p.
 107. Bauer T. The Cultural Turn in Communication Studies: Positions on Culturological Observation of Communication [Электронный ресурс] / Thomas A. Bauer – Режим доступа : www.thomasbauer.at/tab/media/pdf/vortraege/AthenArtikel_CulturalStudies.pdf.
 108. Bennett W. Toward a New Political Narrative / W. Lance Bennett, Murray Edelman // *Journal of Communication*. Vol. 32, Issue 4. – December, 1985. – P. 156–171.
 109. Bird E. Audience in Everyday life: Living in a Media World / S. Elizabeth Bird. – New York, NY : Routledge, 2003. – 211 p.
 110. Bird E. Myth, Chronicle and Story: Exploring the Narrative Qualities of News / S. Elizabeth Bird, Robert W. Dardenne // *Social Meanings of News : A Text-Reader* / [edited by] Daniel A. Berkowitz. – Thousand Oaks, CA : SAGE Publications, 1997. – P. 333–350.
 111. Bird E. Rethinking News and Myth as Storytelling / S. Elizabeth Bird, Robert W. Dardenne // *The Handbook of Journalism Studies* / [edited] by Karin Wahl-Jorgensen and Thomas Hanitzsch. – New York, NY, and London : Routledge, Taylor & Francis Group, 2009. – P. 205–217. – (ICA Handbook Series).
 112. Bird E. The Anthropology of News and Journalism: Why Now? / S. Elizabeth Bird // *The Anthropology of News and Journalism: Global*

- Perspectives / Edited by S. Elizabeth Bird. – Bloomington, IN : Indiana University Press, 2010. – P. 1–20.
113. Bloom W. Personal Identity, National Identity and International Relations. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – 198 p. – (Cambridge Studies in International Relations).
 114. Bruner J. Acts of Meaning / Jerome S. Bruner. – London : Harvard University Press, 1990. – 208 p.
 115. Bruner J. Narrative and Paradigmatic Modes / Jerome Bruner // Eighty-fourth Yearbook of the National Society for the Study of Education. Part II. Learning and Teaching the Ways of Knowing / Edited by Eliot Eisner. – Chicago, IL : University of Chicago Press, 1985. – P. 97–115.
 116. Carey J. Communication as Culture: Essays on Media and Society / James Carey / Revised Edition ; Foreword by G. Stuart Adams. – Oxon, New York, NY : Routledge, 2009. – 208 p.
 117. Coesemans R. Contrastive News Discourse Analysis from a Pragmatic Perspective: Context, Ideology and Representation in Press Coverage about Kenya's Crisis // Contrastive Media Analysis: Approaches to Linguistic and Cultural Aspects of Mass Communication / edited by Stefan Hauser and Martin Luginbühl. – Philadelphia, PA : John Benjamin's North America, 2012. – (Pragmatics & Beyond New Series). – P. 67–98.
 118. Coman M. Cultural Antropology and Mass Media: A Processual Approach / Mihai Coman // Media Anthropology / Edited by Eric W. Rothenbuhler, Mihai Coman. – Thousand Oaks, CA : SAGE Publications, 2005. – P. 46–58.
 119. Compton J. The Integrated News Spectacle: A Political Economy of Cultural Performance / James R. Compton. – New York, NY : Peter Lang Publishing, 2004. – 244 p.
 120. Fisher W. Narration as a Human Communication Paradigm / Walter R. Fisher // Communication monographs. – 1984. – V. 51. – March. – P. 1–22.
 121. Freedom of the Press 2013 [Електронне джерело]. – Режим доступу : <https://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/freedom-press->

2013#.VM9G8dE9LIU

122. Fulton H. Print News as Narrative / Helen Fulton // Narrative and Media / Fulton H., Huisman R., Murphet J., Dunn A. – Cambridge : Cambridge University Press, 2005. — P. 218–244.
123. Gans H. Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time : 25th edition / Herbert J. Gans. – Evanston, IL : Northwestern University Press, 2004 – 393 p.
124. Geertz C. The Interpretation of Cultures : Selected Essays / Clifford Geertz. – New York, NY : Basic Books, 1973. – 472 p.
125. Hall S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices / Stuart Hall. – London ; Thousand Oaks, CA : SAGE Publications, 2003. – 400 p.
126. Hänninen V. A Model of Narrative Circulation / Vilma Hänninen // Narrative Inquiry. – 2004. – 14 (1). – P. 69–85.
127. Hauser S. Approaching Contrastive Media Analysis / Stefan Hauser and Martin Luginbühl // Contrastive Media Analysis: Approaches to Linguistic and Cultural Aspects of Mass Media Communications / edited by Stefan Hauser and Martin Luginbühl. – Philadelphia, PA : John Benjamin's North America, 2012. – P. 1 – 12.
128. Hyvärinen M. Towards a Conceptual History of Narrative / Matti Hyvärinen // COLLeGIUM : Studies Across Disciplines in the Humanities and Social Sciences, Volume 1 : The Travelling Concept of Narrative / Matti Hyvärinen, Anu Korhonen & Juri Mykkänen (eds.). – Helsinki : Helsinki Collegium for Advanced Studies, 2006. – P. 20–41.
129. Jahn M. Narratology: A Guide to the Theory of Narrative [Электронне джерело] / Manfred Jahn. – University de Cologne, 2005. – Режим доступу : <http://www.uni-koeln.de/~ame02/pppn.htm>
130. Jaykar R. Hegemonic Frames and International News Reporting: A Comparative Study of the New York Times Coverage of the 1996 Indian and Israeli Elections / R. Jaykar, K. Jaykar // Global Dynamics of News: Studies in

- International News Coverage and News Agenda / edited by Abbas Malek & Anandam P. Kavoori. – Stamford, CT : Alex Publishing Corporation, 2000. – P. 123–144.
131. Johnes J. Entertaining Politics: Satiric Television and Political Engagement / Jeffrey P. Johnes. – 2nd ed. – Lanham, MD : Rowman & Littlefield Publishers, 2010. – 328 p.
132. Key concepts in communications and cultural studies / Tim O’Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery and John Fiske. – 2nd ed. – New York, NY : Routledge, 1994. – 370 p.
133. Kövecses Z. Metaphor : A Practical Introduction / Zoltan Kövecses ; exercises written with Szilvia Csábi ... [et al.]. – 2nd ed. – New York, NY : Oxford University Press, 2010. – 376 p.
134. Lazaro M. Media Representations of Social Networks: A Case Study [Электронне джерело] / Lazaro M., Bacallao Pino // Revista Latina de Comunicación Social. – 2010. – № 65. – P. 114–125. – Режим доступу : http://www.revistalatinacs.org/10/art/887_UZaragoza/RLCS_art887EN.pdf
135. Le E. Human Rights Discourse and International Relations: Le Monde’s Editorials on Russia / Elizabeth Le // Discourse and Society. – May, 2002. – Vol. 13, № 3. – P. 373–408.
136. Louw E. The Media and Cultural Production / Eric Louw. – London : SAGE Publications, 2001. – 232 p.
137. Lule, J. Daily News, Eternal Stories: The Mythological Role of Journalism / Jack Lule. – New York, NY : The Guilford Press, 2001. – 245 p. – (The Guilford Communication Series).
138. MacIntyre A. After Virtue: A Study in Moral Theory / by Alasdair MacIntyre. – 3rd ed. – Notre Dame, IN : University of Notre Dame Press, 2007. – 288 p.
139. Mankekar P. Epic Contests: Television and Religious Identity in India / Purnima Mankekar // Media Worlds: Anthropology on New Terrain / edited by Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod, and Brian Larkin. – Berkeley and Los

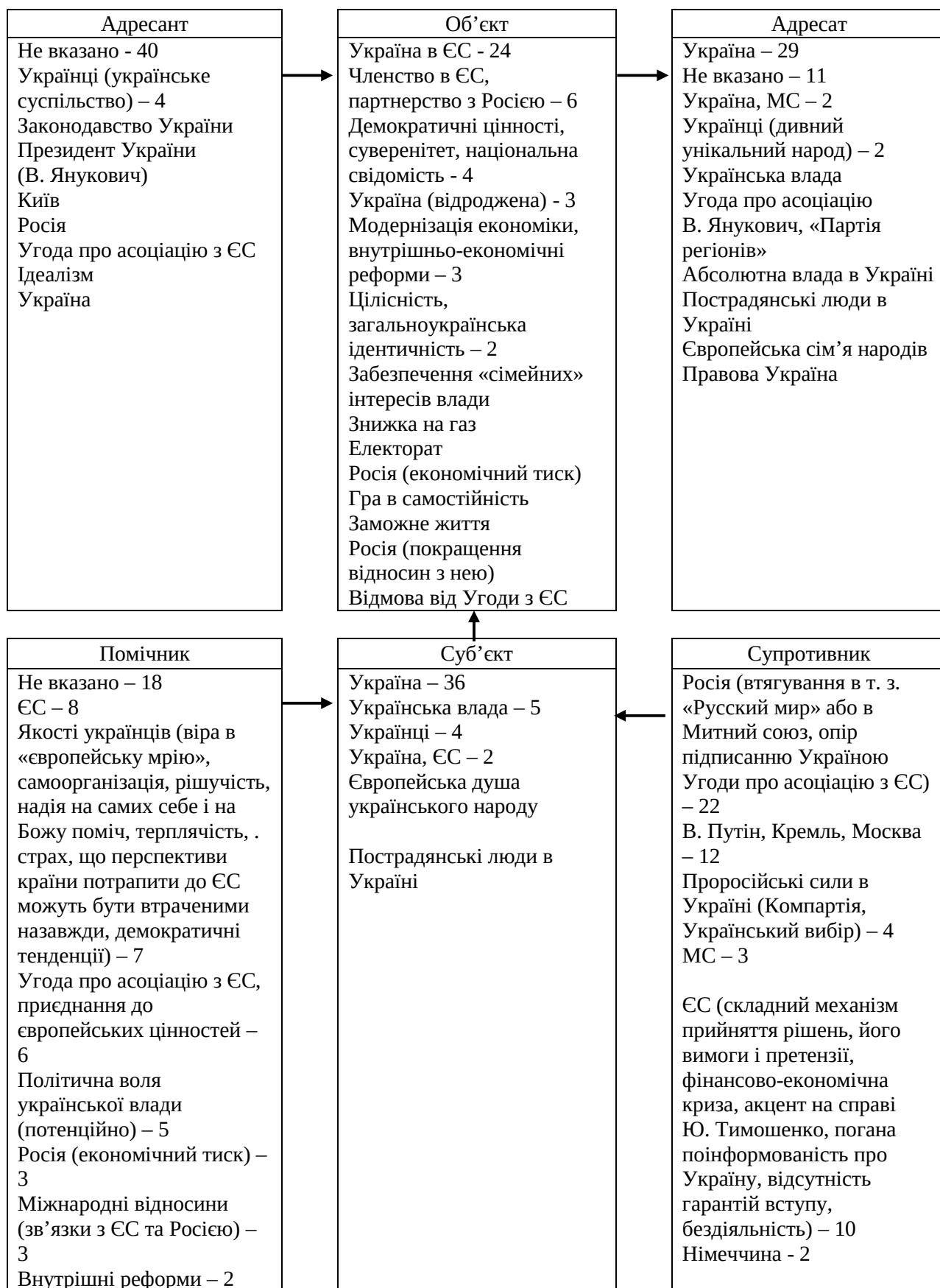
- Angeles, CA : University of California Press, 2002. – P. 115–133.
140. Marti G. Sense and Reference / Genoveva Marti // Routledge Encyclopedia of Philosophy / General Editor Edward Craig. Vol. 8 – London and New York, NY : Routledge, 1998. – P. 684–688.
 141. McNair B. News and Journalism in the UK / Brian McNair. – 4th ed. – London : Routledge, 2003. – 249 p.
 142. Media / Society: Industries, Images, and Audiences / David Croteau, William Hoynes. – 3rd ed. – Thousand Oaks, CA : Pine Forge Press, 2003. – 409 p.
 143. Merton R. The Self-Fulfilling Prophecy / Robert K. Merton // The Antioch Review. – Summer, 1948. – Vol. 8, № 2. – P. 193–210.
 144. Mink L. Narrative Form as a Cognitive Instrument / Louis O. Mink // The History and Narrative Reader / [edited by] Geoffrey Roberts. – London, New York, NY : Routledge, 2001. – P. 211–220.
 145. Mukerji C. Introduction: Rethinking Popular Culture / Chandra Mukerji and Michael Shudson // Rethinking Popular Culture: Contemporary Perspectives in Cultural Studies / edited by Chandra Mukerji and Michael Shudson. – Berkeley and Los Angeles, CA : University of California Press, 1991. – P. 1–62.
 146. Ochs E., Capp L. Narrating the Self / Elinor Ochs, Lisa Capps // Annual Review of Anthropology. – 1996. – № 25. – P. 19–43.
 147. Oehlkers P. Mediating News: The “International Media Echo” and Symbolic International Relations / Peter W. Oehlkers // The Global Dynamics of News: Studies in International News Coverage and News Agenda / ed. A. Malek & A. Kavoori. – Stamford, CT : Ablex, 2000. – P. 31–53.
 148. Peterson M. Anthropology & Mass Communication: Media and Myth in the New Millenium / Mark Allen Peterson. – Oxford, New York, NY : Berghahn Books, 2004. – 340 p.
 149. Press Freedom Index 2013 [Электронне джерело]. – Режим доступу : <http://en.rsfs.org/press-freedom-index-2013,1054.html>

150. Servaes J. Beyond Differences in Cultural Values and Modes of Communication / Jan Servaes // Read the Cultural Other: Forms of Otherness in the Discourses of Hong Kong's Decolonization / edited by Shi-xu, Manfred Kienpointner, Jan Servaes. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2005. – P. 49–70.
151. Servaes J. Reporting the Hong Kong Transition: A Comparative Analysis of News Coverage in Europe and Russia / Jan Servaes and Ramanatan // Read the Cultural Other: Cultural otherness in the discourses of the Hong Kong's Decolonization / edited by Shi-xu, Manfred Kienpointer, Jan Servaes. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2005. – P. 73–88.
152. Tarabanov A. Financial Ideology and the Global Mass Media Environment: Narratological Analysis / Arseny Tarabanov, Viktoria Tarabanova // Intellectual Economics. – 2012. – Vol. 6, No. 3(15). – P. 327–340.
153. Twardzisz P. The Language of Interstate Relations: In Search of Personification / Piotr Twardzisz. – Hampshire : Palgrave MacMillan, 2013. – 256 p.
154. Van Dijk T. Structures of International News. A Case Study of the World's Press. Report for UNESCO. University of Amsterdam. Dept. of General Literary Studies. Section of Discourse Studies [Электронне джерело] / Teun A. van Dijk. – 1984. – Режим доступу : www.discourses.org/.../Teun%20A%20van%20Dijk%20%20Structures%20of%20International%20News.pdf
155. Vilanilam J. Foreign Policy as a Dominant Factor on Foreign News Selection and Presentation: Case Study of Two Geographically and Culturally Distant Press System of the World / J. V. Vilanilam // International Communicational Gazette. – 1983. – № 32. – P. 73–85.
156. Zelizer B. Journalists as Interpretive Communities / Barbie Zelizer // Critical Studies in Mass Communications. – 1997. – № 10. – P. 219–237.

ДОДАТКИ

ДОДАТКИ ДО ПІДРОЗДІЛУ 3.1

Додаток А1
Підсумкова схема («День»)
Тема Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Україна



Росія (визнання України незалежною) Залякування ЄС, Москви Меморандум про співпрацю Українська опозиція Відхід лідера й опозиції (потенційно)		Не вказано – 8 Українська влада - 8 Україна (сподівається на безкоштовну підтримку існування України за чужий рахунок, дозволяє Росії застосовувати вплив, нерішуча, розташована на перетині інтересів інших держав, має родючі землі) – 4 Українці (відсутність чіткої мети, воляча терплячість, патологічна здатність до асиміляційних впливів, концентрація на поразках, індивідуалістичність буття, переважання особистих інтересів над політичними) – 3 Євроінтеграція, Опозиція у ВР Обмежене терпіння
--	--	--

Додаток А2
Підсумкова схема («День»)
Тема Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Росія



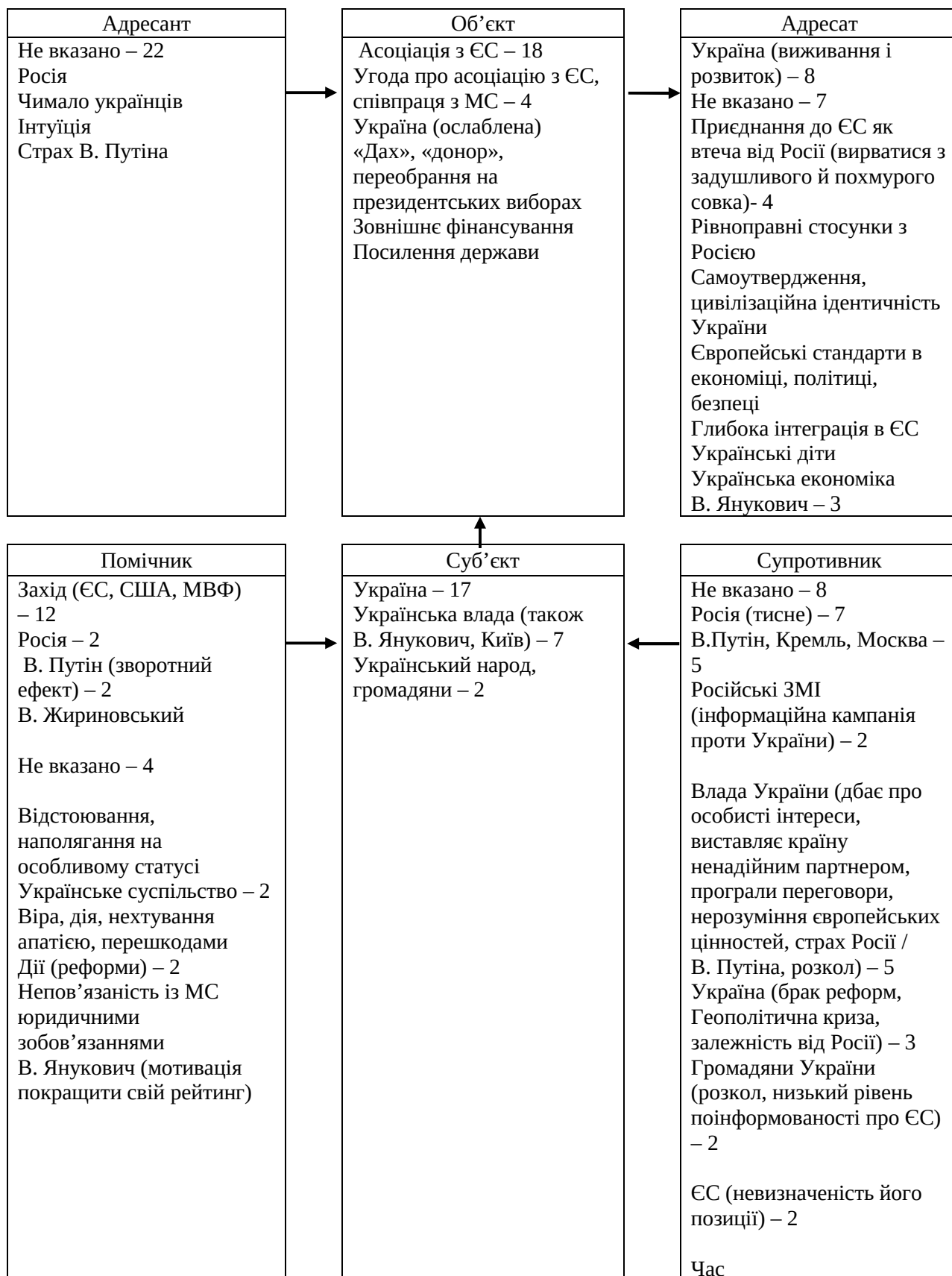
«масові» заходи – 3 МС – 2 Українська влада (В.Янукович, продажний уряд) – 4 Україна (залежність в енергетичній сфері) – 3 Хижаки на українському енергетичному ринку Криза Угода про асоціацію України та ЄС – 2 ЄС Фінансові ресурси Росії, криза регіональної політики США і ЄС Радянський контингент населення		бідність, відсталість, різниця в менталітеті й культурі між Україною і Росією, недружнє ставлення Росії до Брюсселя та Вашингтона) – 5
---	--	---

Додаток Б1

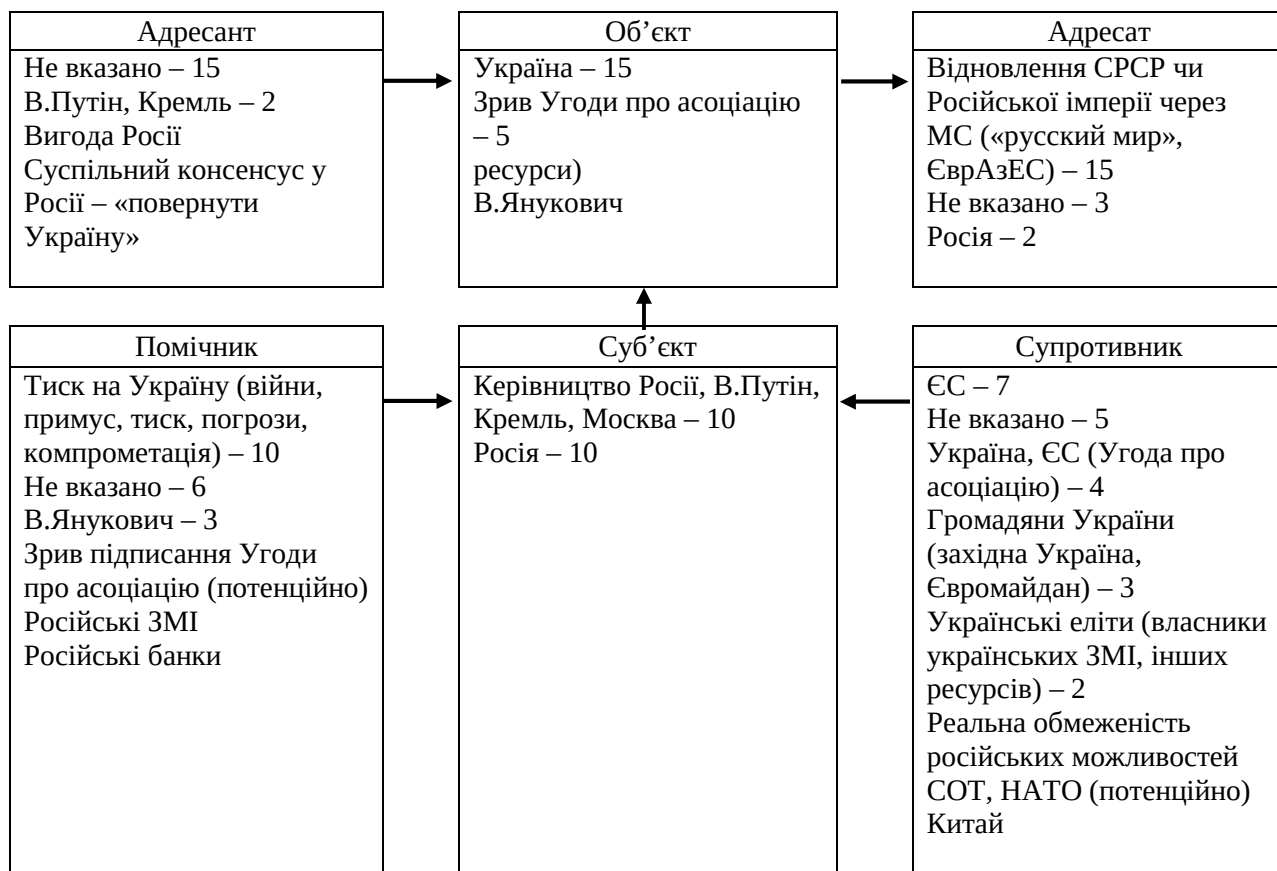
Підсумкова схема («Дзеркало тижня»)

Тема Україна – ЄС / Україна – МС

Суб'єкт – Україна



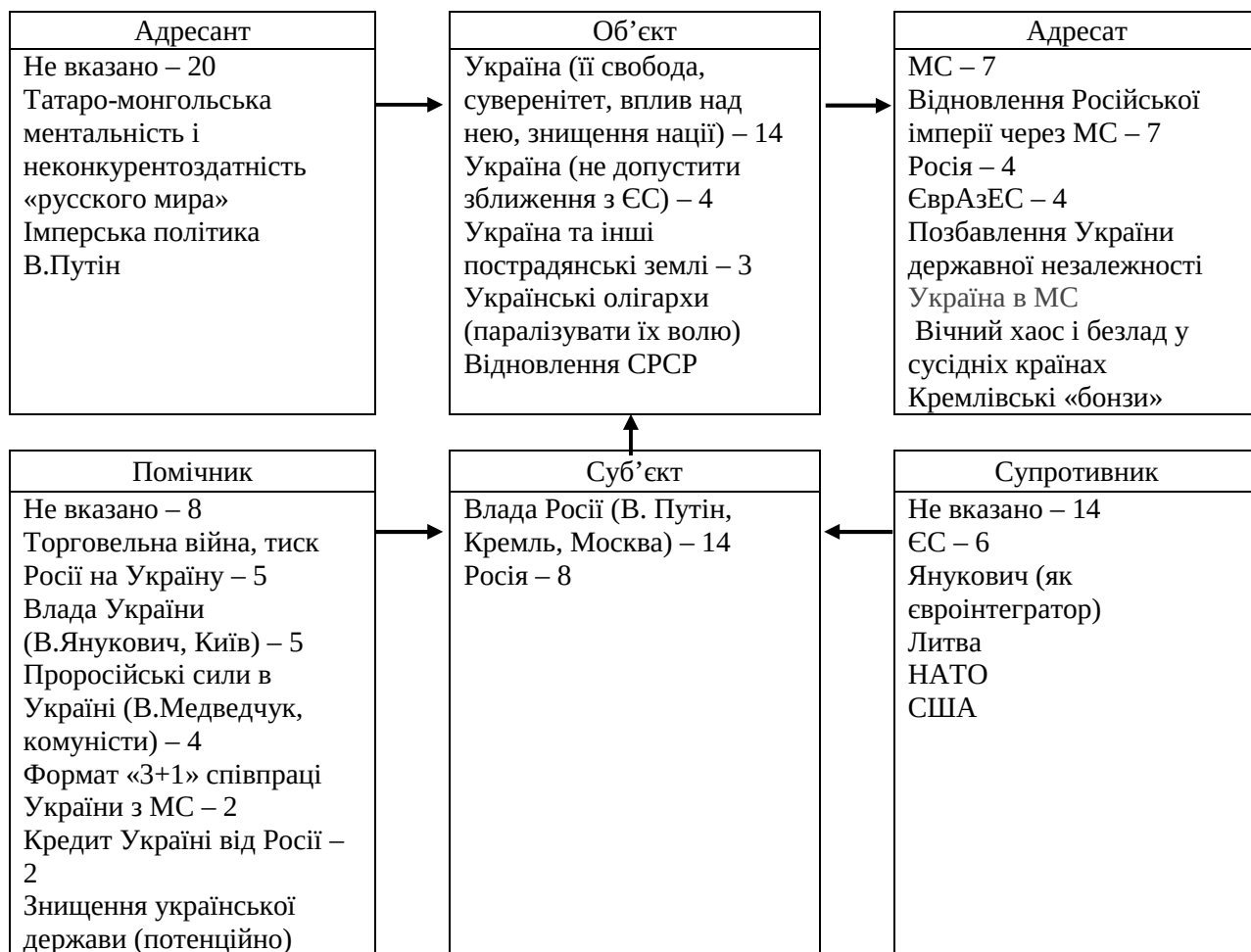
Додаток Б2
Підсумкова схема («Дзеркало тижня»)
Тема Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Росія



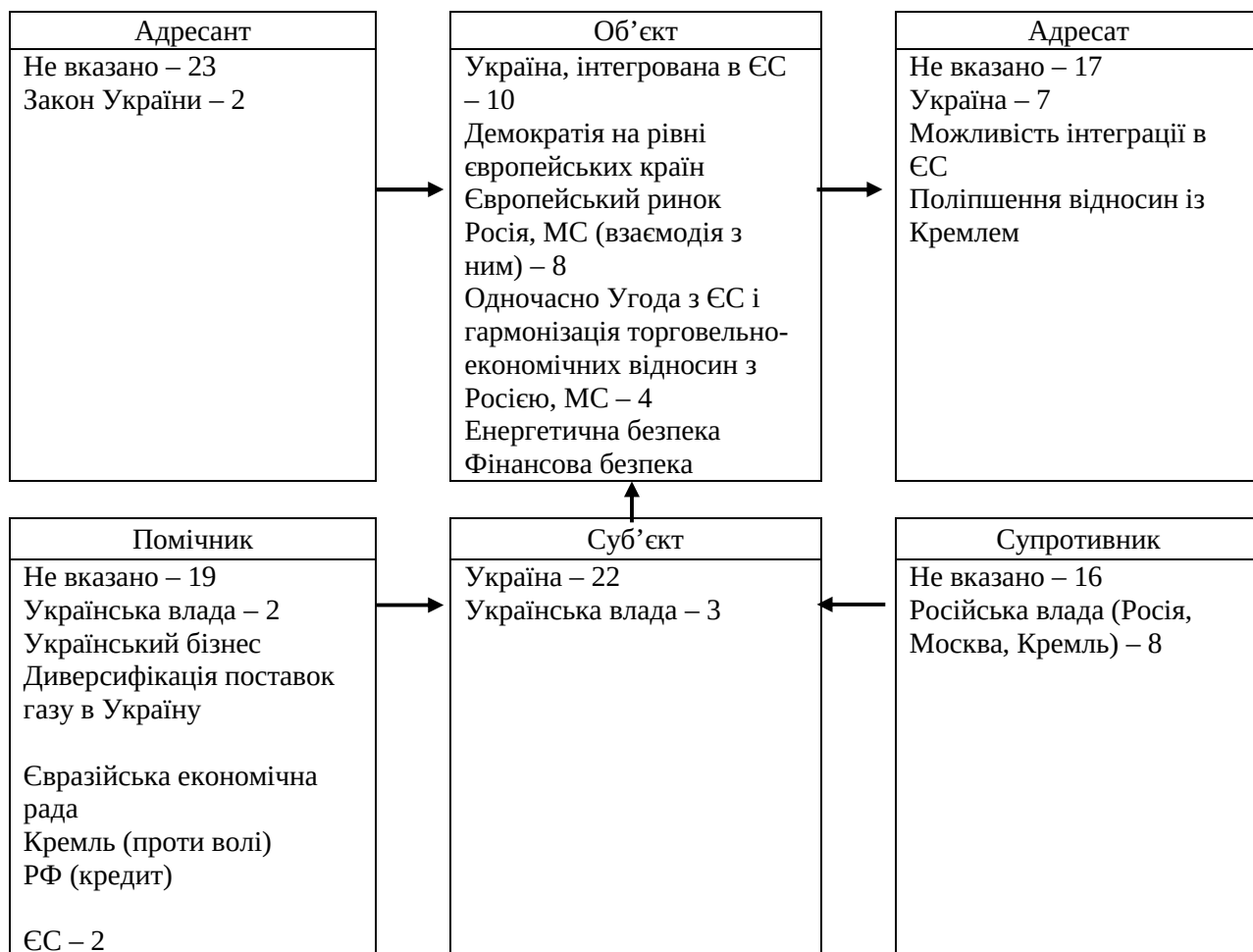
Додаток В1
Підсумкова схема («Україна молода»)
Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Україна



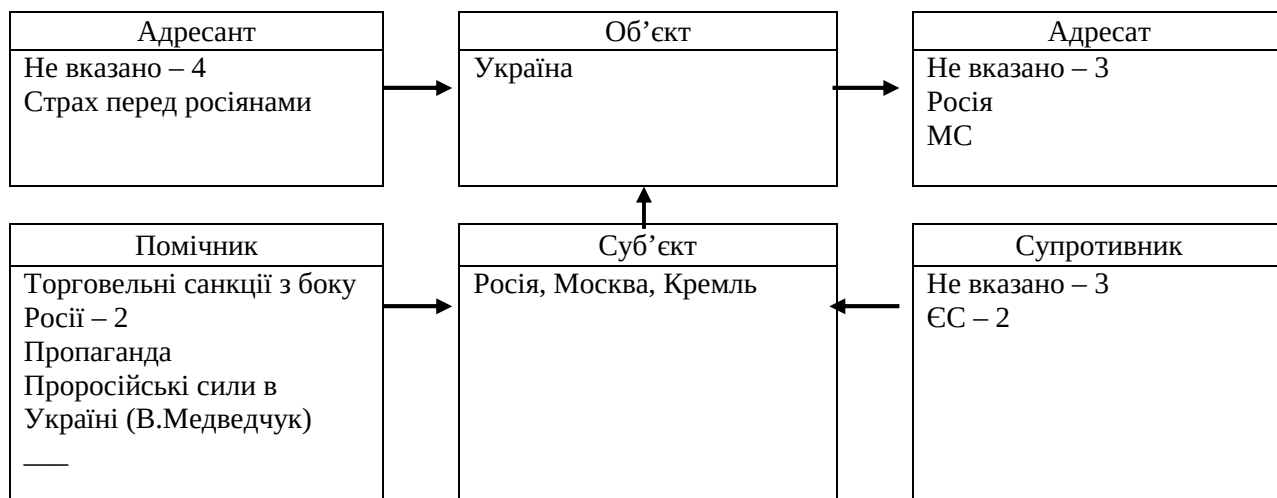
Додаток В2
Підсумкова схема
Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Росія



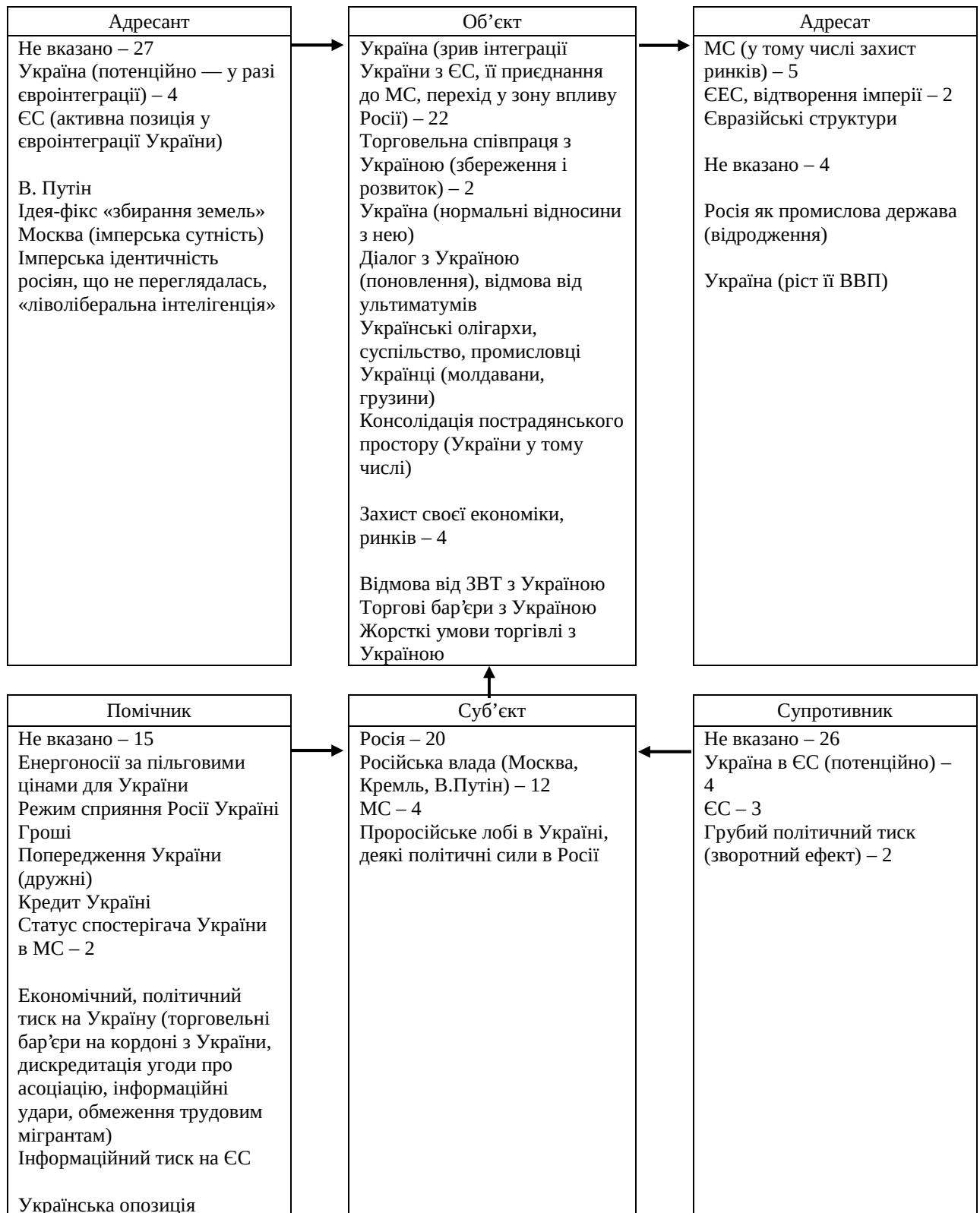
Додаток Г1
Підсумкова схема («Урядовий кур'єр»)
Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Україна



Додаток Г2
Підсумкова схема («Урядовий кур'єр»)
Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Росія



Додаток Д1
Підсумкова схема («Независимая газета»)
Тема Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Росія



Додаток Д2
Підсумкова схема («Независимая газета»)
Тема Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Україна



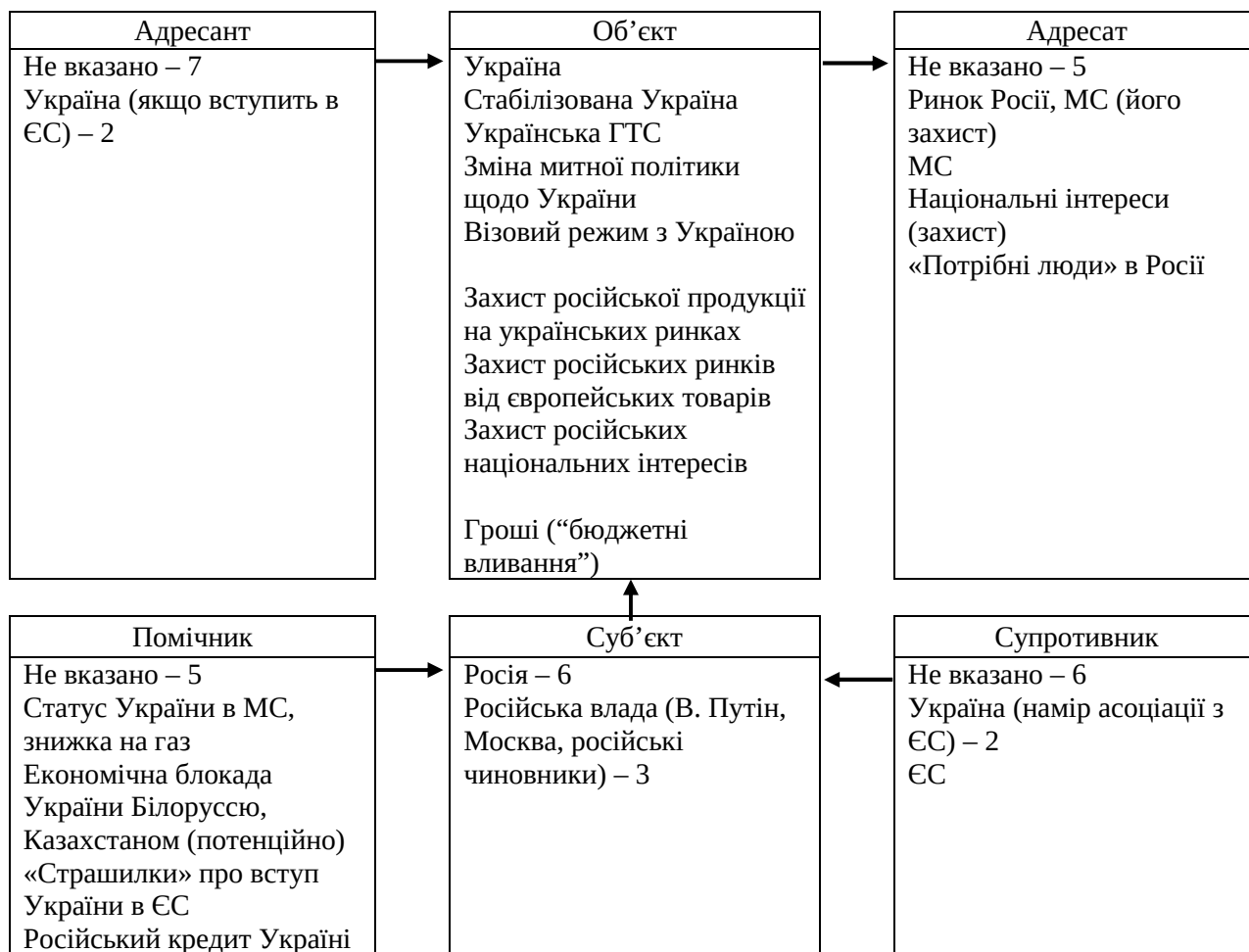
Спеціальна робоча група в українському уряді Економічні реформи (потенційно) Погрози Штамп про цивілізаційний вибір Євромайдан	областей Більшість населення України та інших сусідів РФ Українські підприємства, галузі, економіка	(інформаційний вплив) Статут МС – 3 Члени МС, Росія Вступ у МС (потенційний) Недалекоглядна політика «Газпрому» ЄС (диктатура щодо української влади і популярні заходи серед населення) Угода про асоціацію з ЄС Блок політичних вимог ЄС Українська влада (пасивно - не виконує всіх вимог ЄС) – 2 Українська опозиція – 2 Економічні проблеми України – 2 «Нафтогаз» і «Газпром» (спір), Учасники протесту (Євромайдан)
---	---	---

Додаток Е1

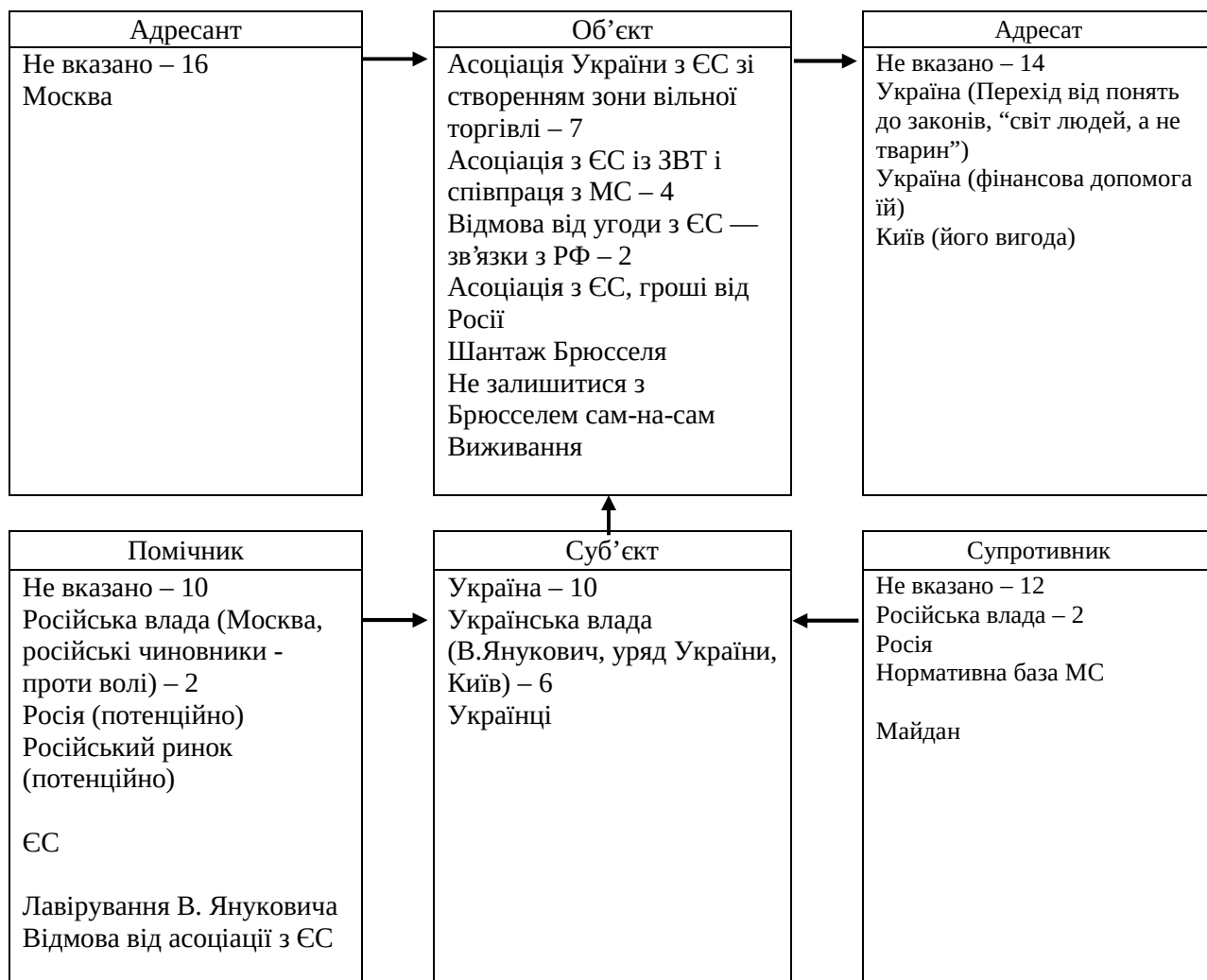
Підсумкова схема («Московский комсомолец»)

Україна – ЄС / Україна – МС

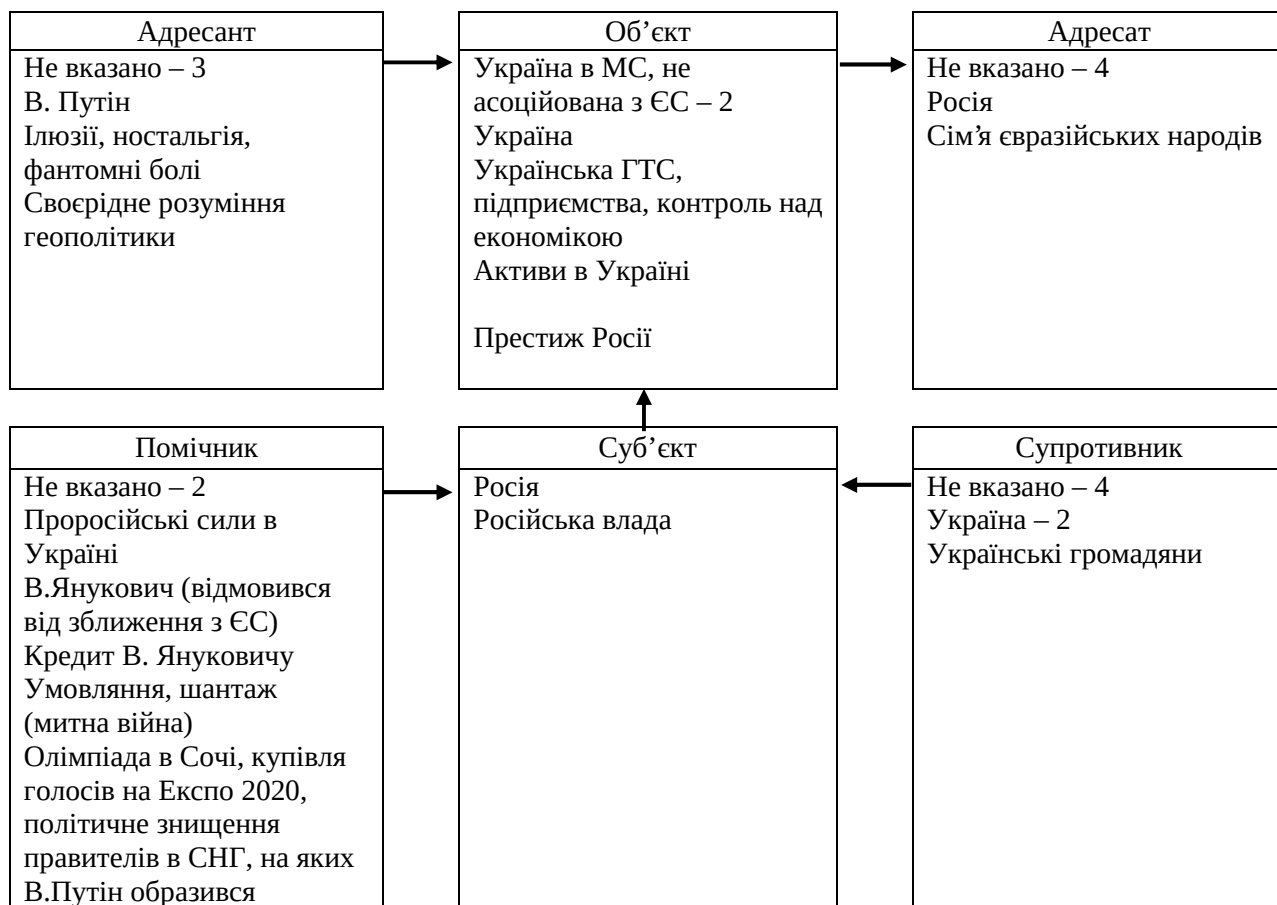
Суб'єкт – Росія



Додаток Е2
Підсумкова схема («Московский комсомолец»)
Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Україна



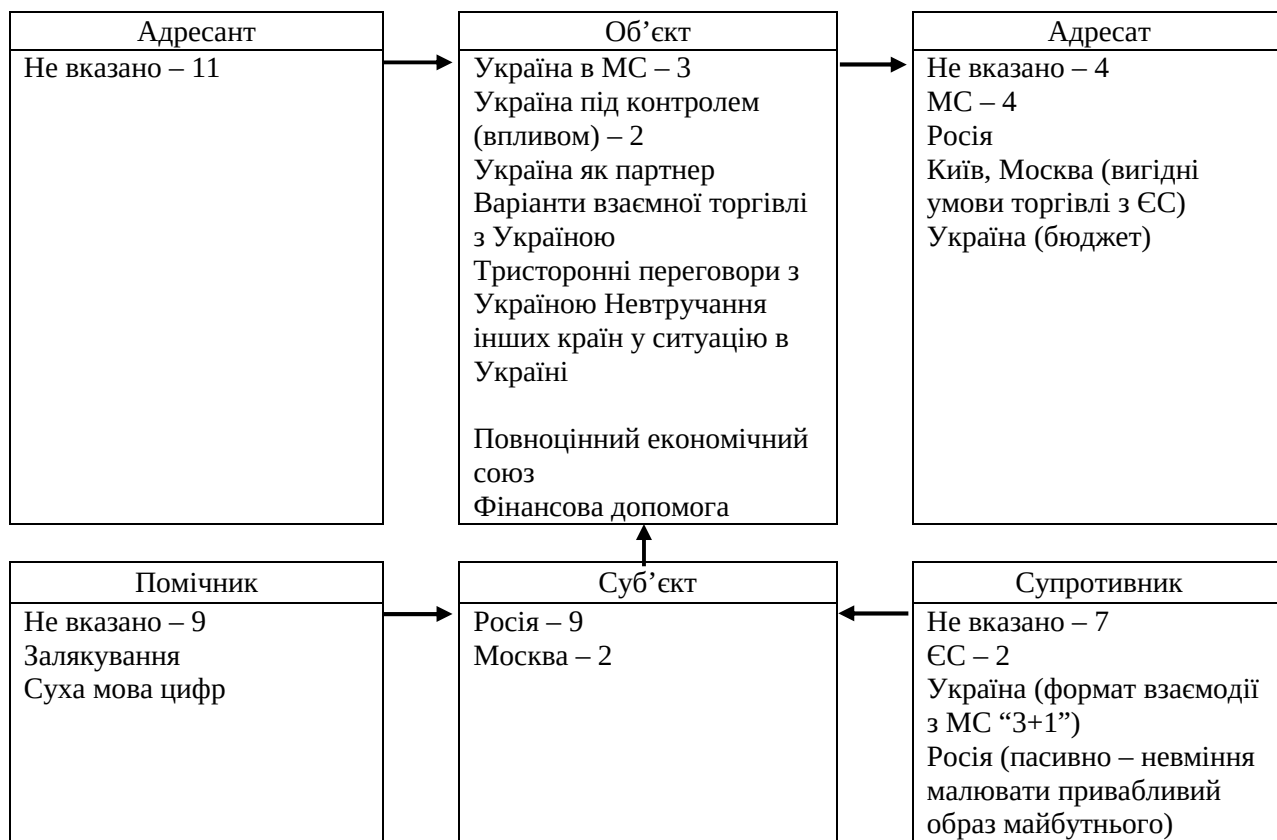
Додаток Ж1
Підсумкова схема («Новая газета»)
Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Росія



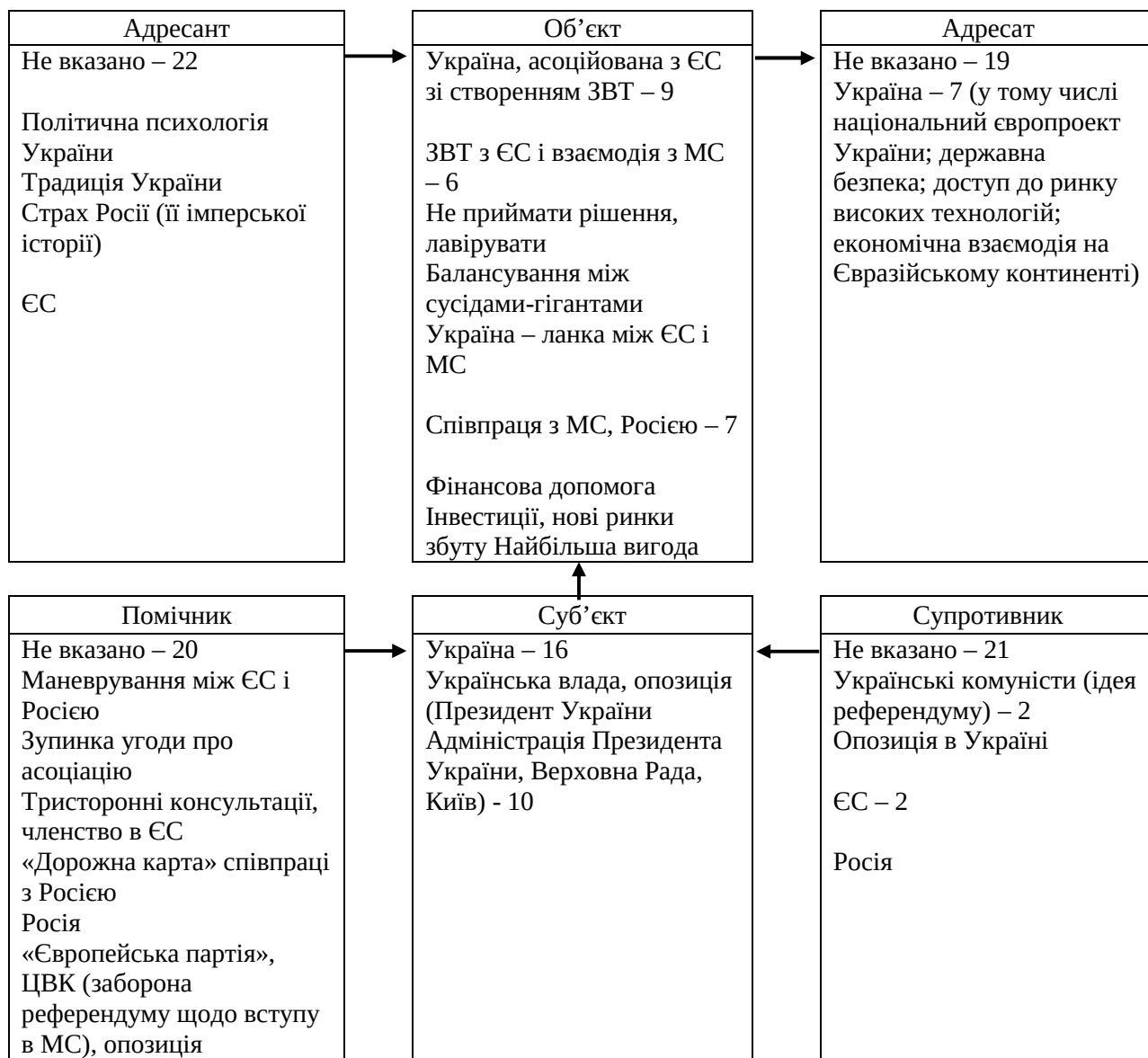
Додаток Ж2
Підсумкова схема («Новая газета»)
Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Україна



Додаток И1
Підсумкова схема («Российская газета»)
Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Росія



Додаток И2
Підсумкова схема («Российская газета»)
Україна – ЄС / Україна – МС
Суб'єкт – Україна

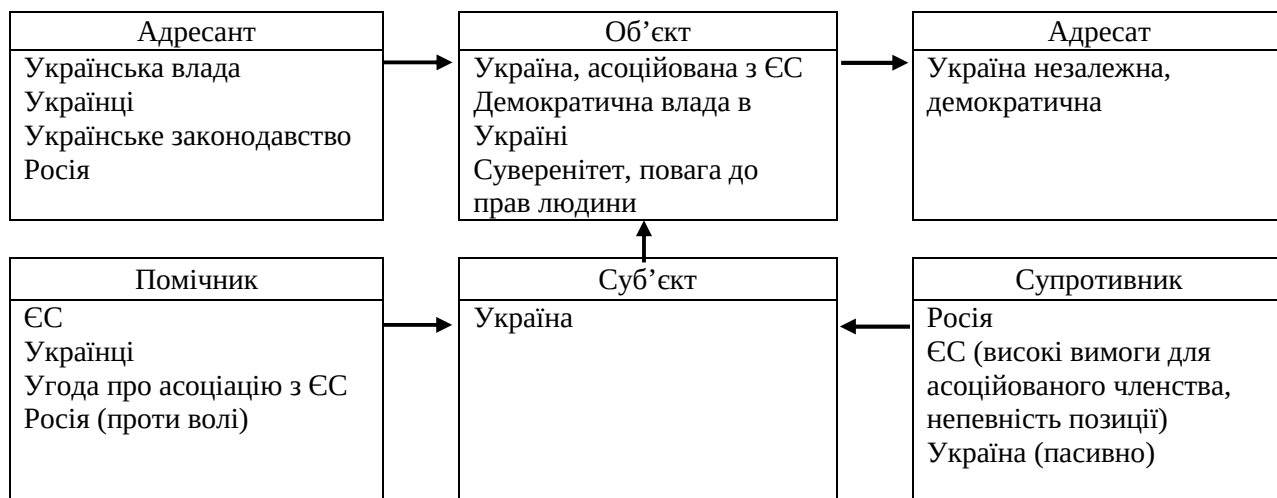


Додаток К1

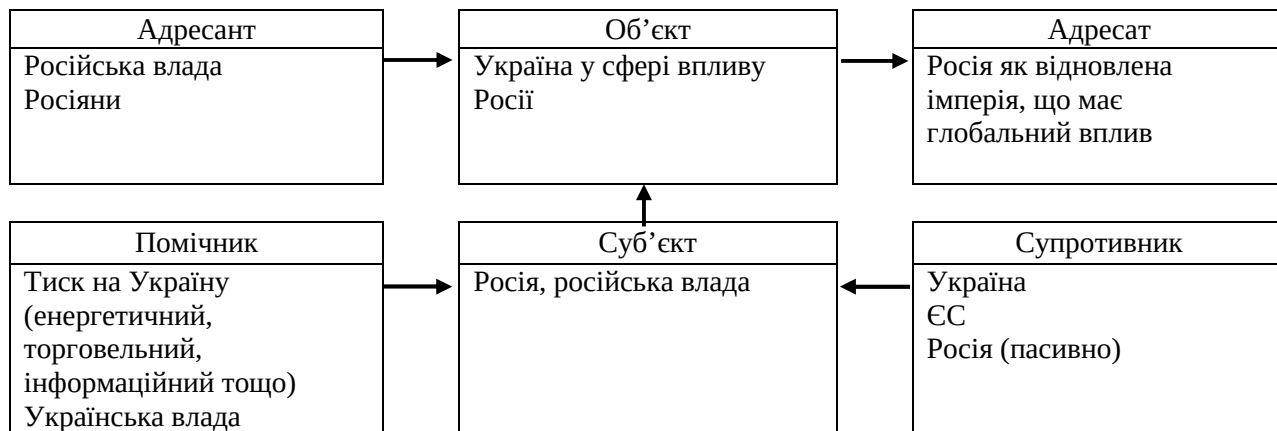
Підсумкова схема

Тема Україна – ЄС / Україна – МС в українських виданнях

Суб'єкт – Україна



Додаток К2
Підсумкова схема
Тема Україна – ЄС / Україна – МС в українських виданнях
Суб'єкт – Росія

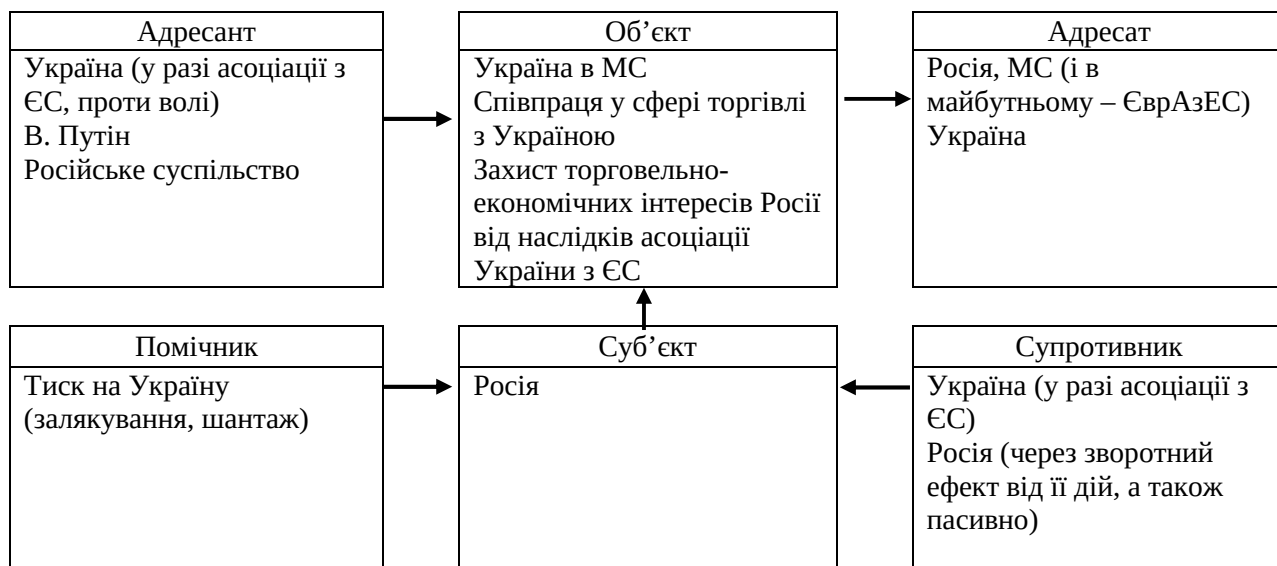


Додаток Л1

Підсумкова схема

Тема Україна – ЄС / Україна – МС у російських виданнях

Суб'єкт – Росія

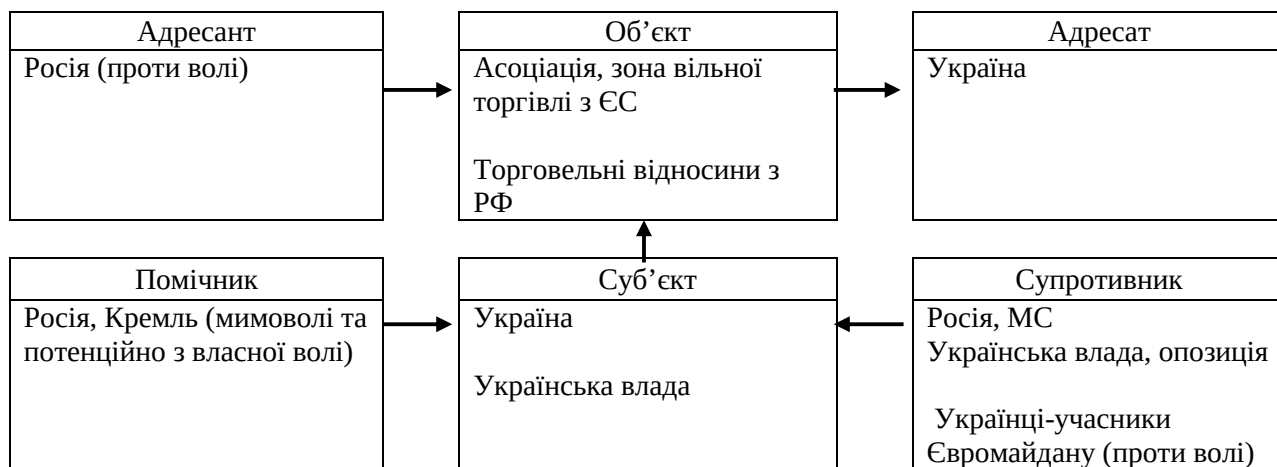


Додаток Л2

Підсумкова схема

Тема Україна – ЄС / Україна – МС у російських виданнях

Суб'єкт – Україна

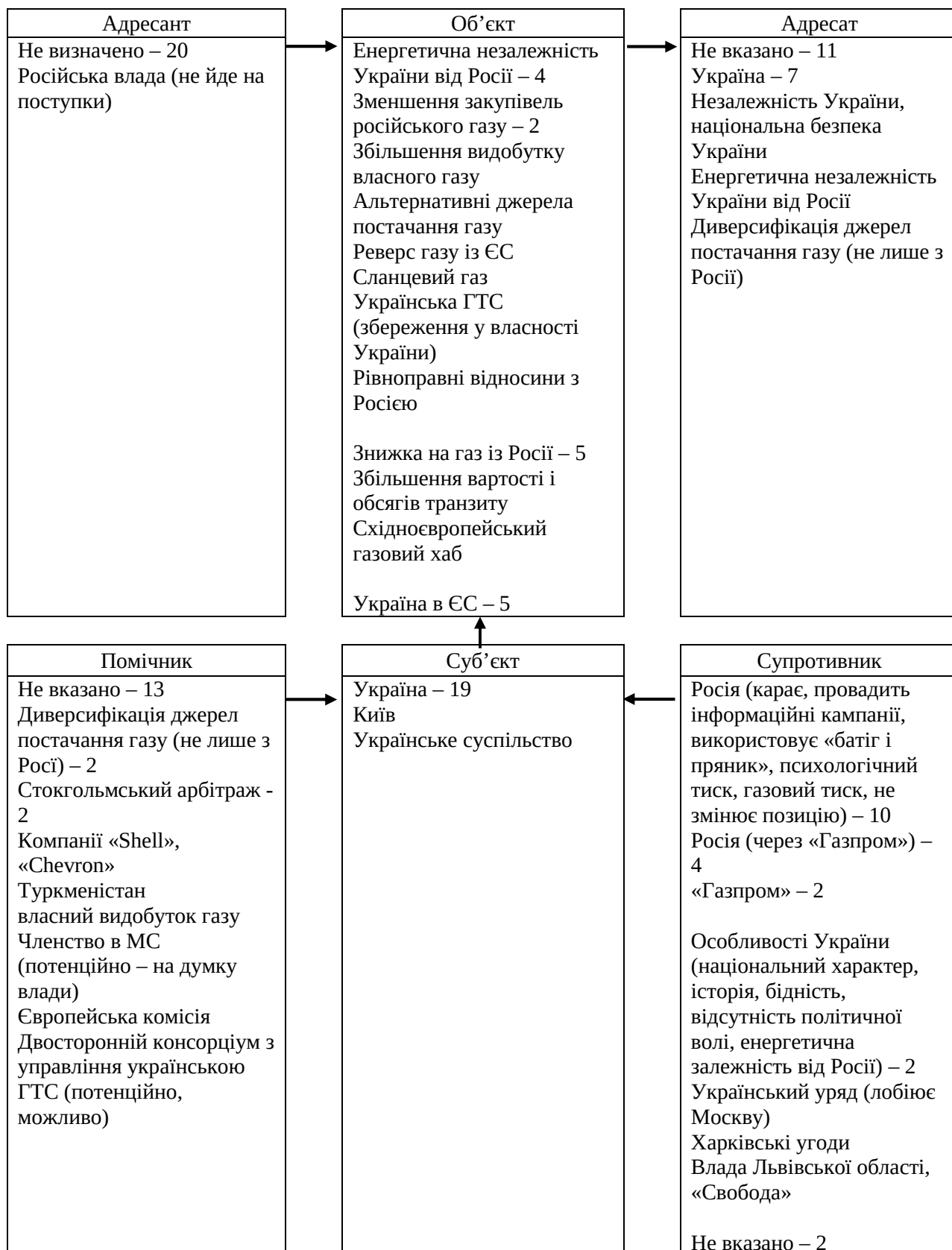


ДОДАТКИ ДО ПІДРОЗДІЛУ 3.2

Додаток АЗ

Підсумкова схема («День»)

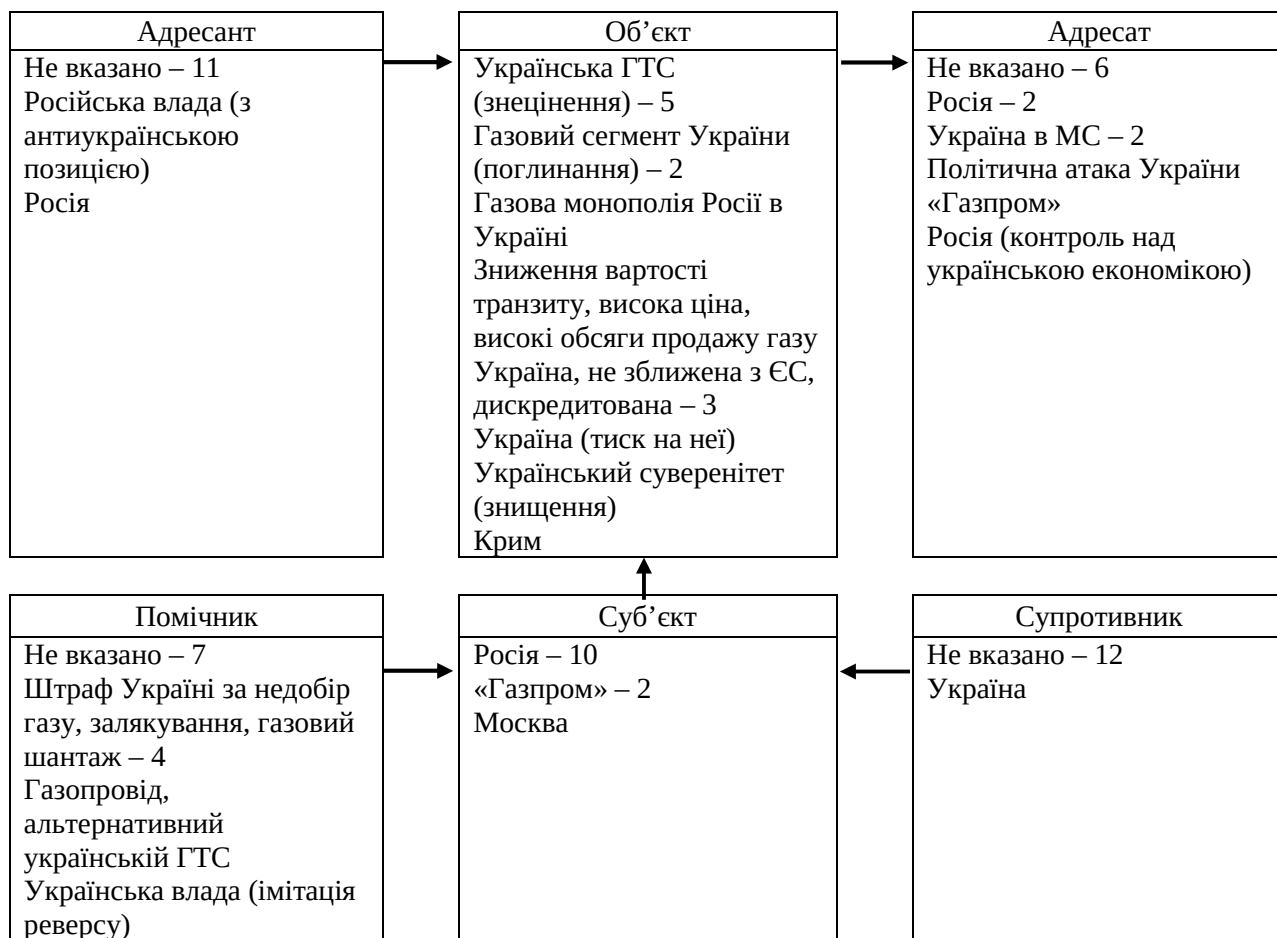
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Україна



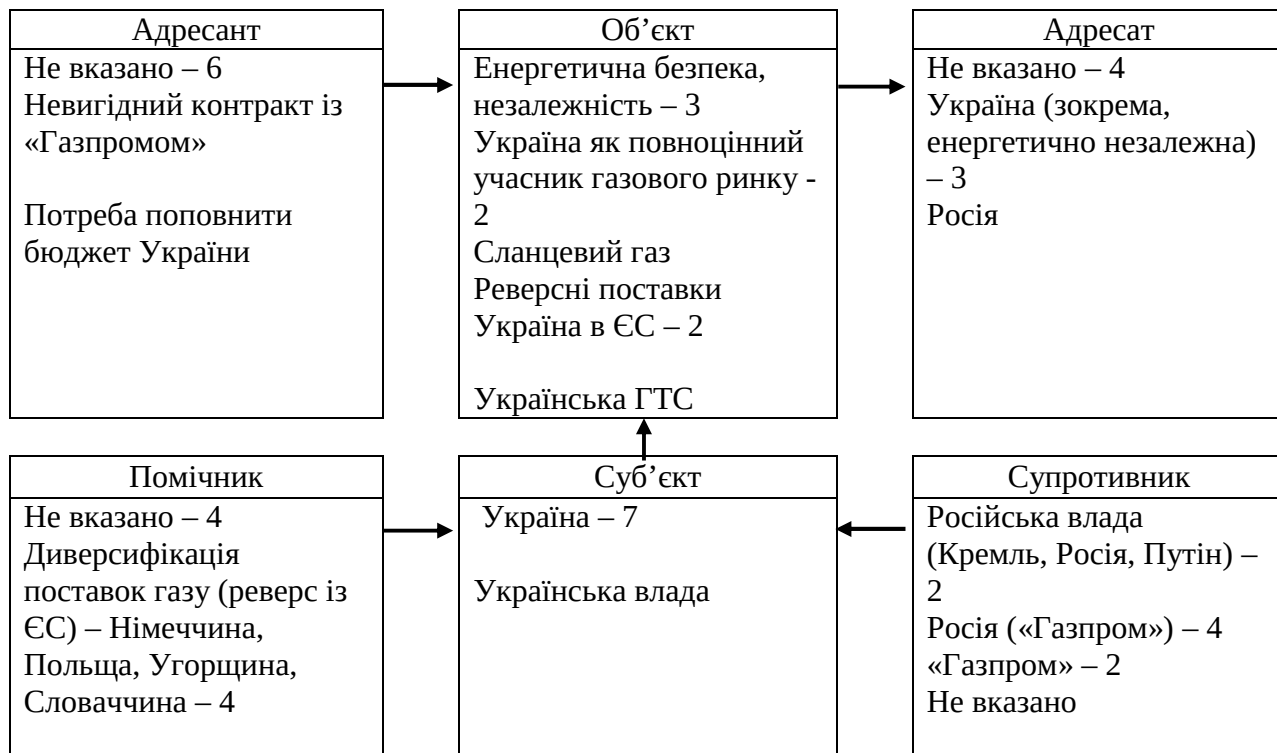
Додаток А4

Підсумкова схема («День»)

**Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Росія**

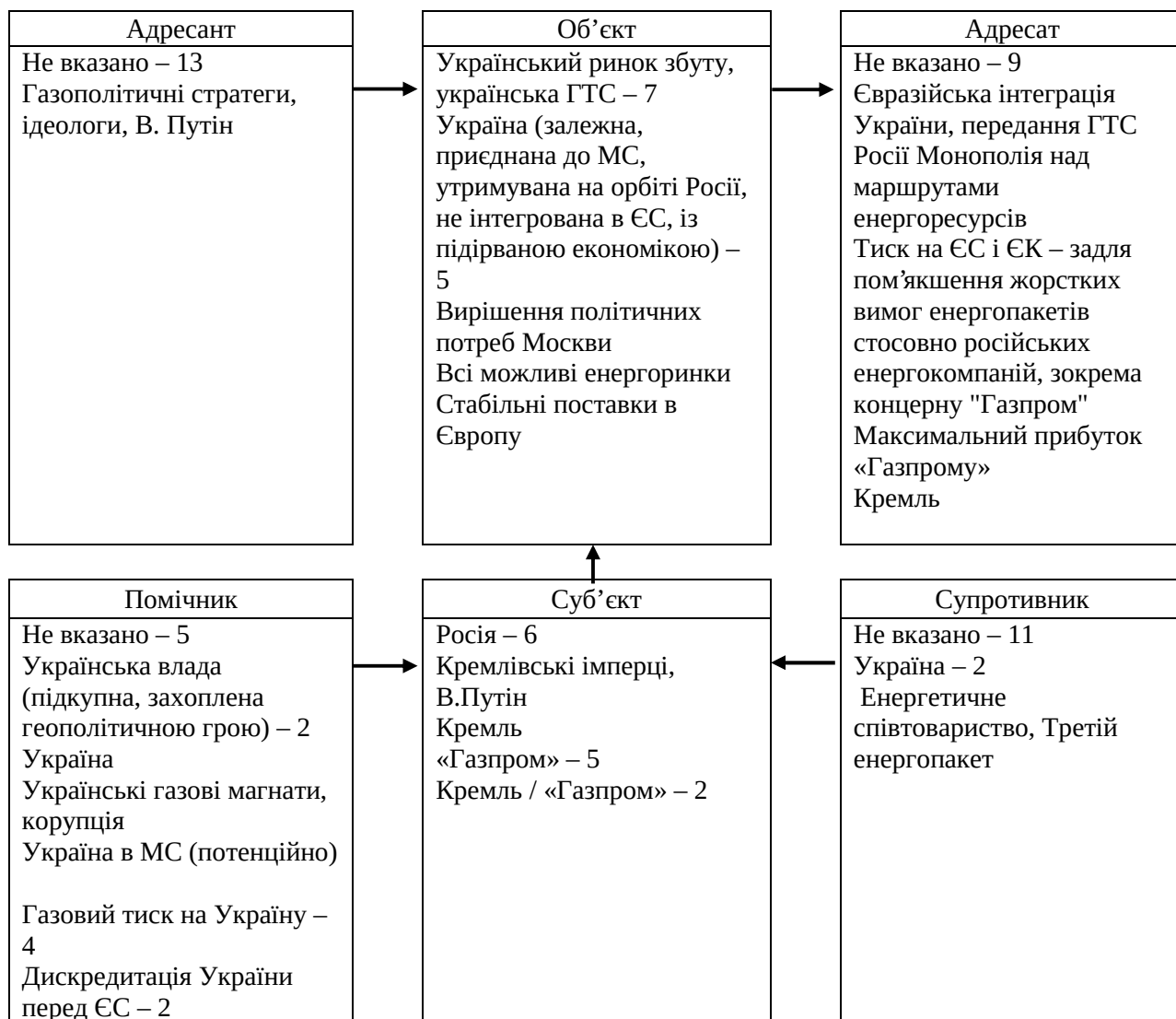


Додаток БЗ
Підсумкова схема («Дзеркало тижня»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Україна



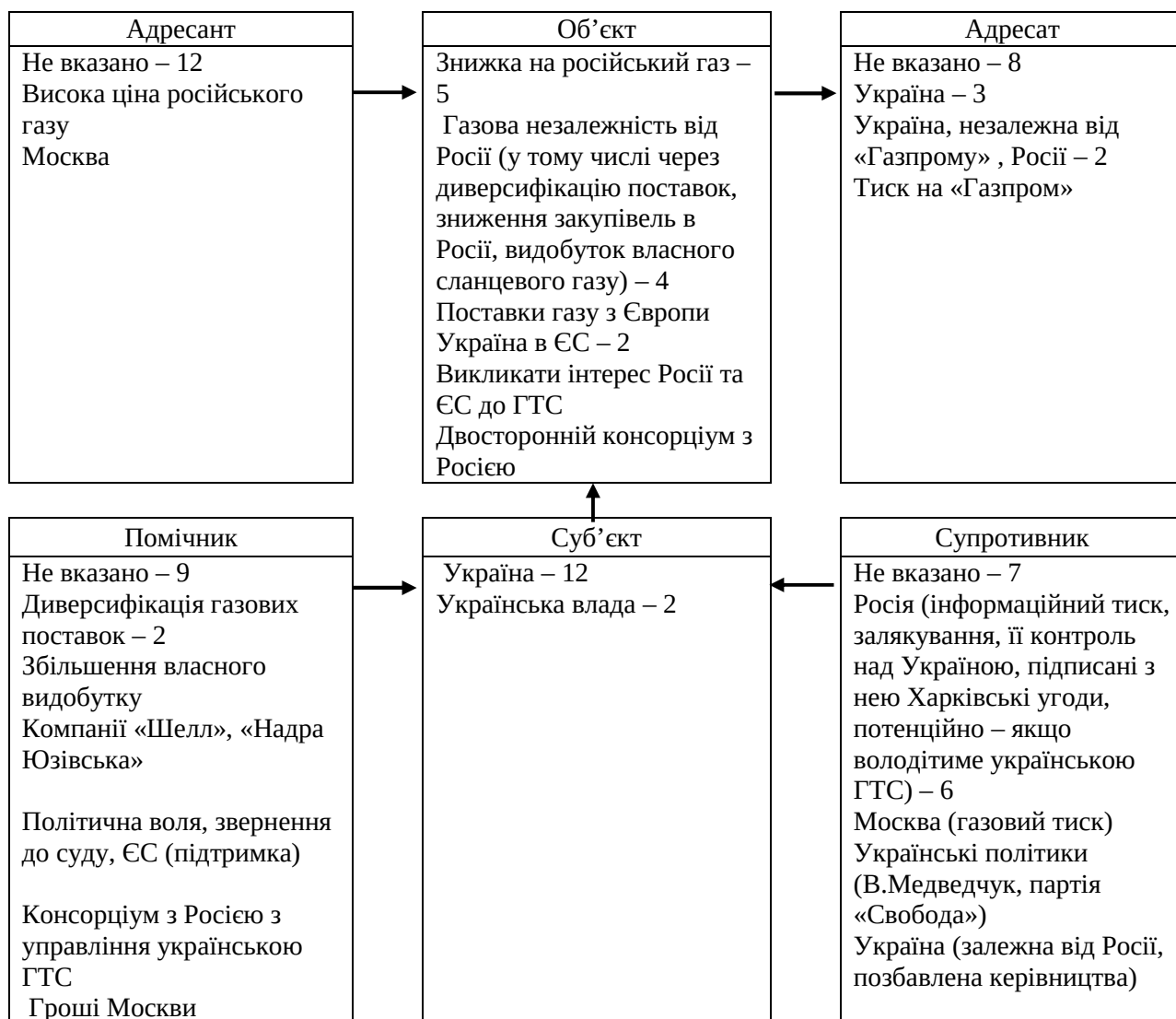
Додаток Б4

**Підсумкова схема («Дзеркало тижня»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Росія**



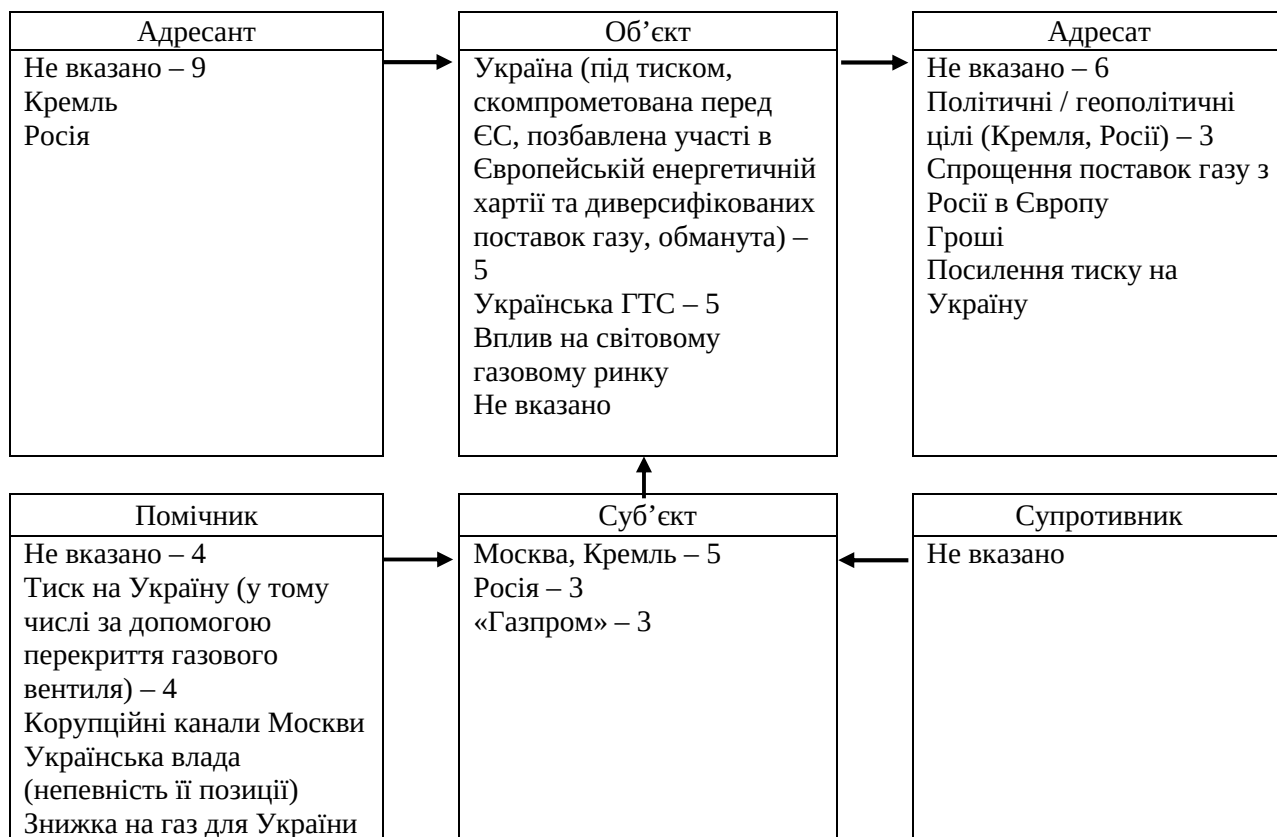
Додаток ВЗ

**Підсумкова схема («Україна молода»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Україна**



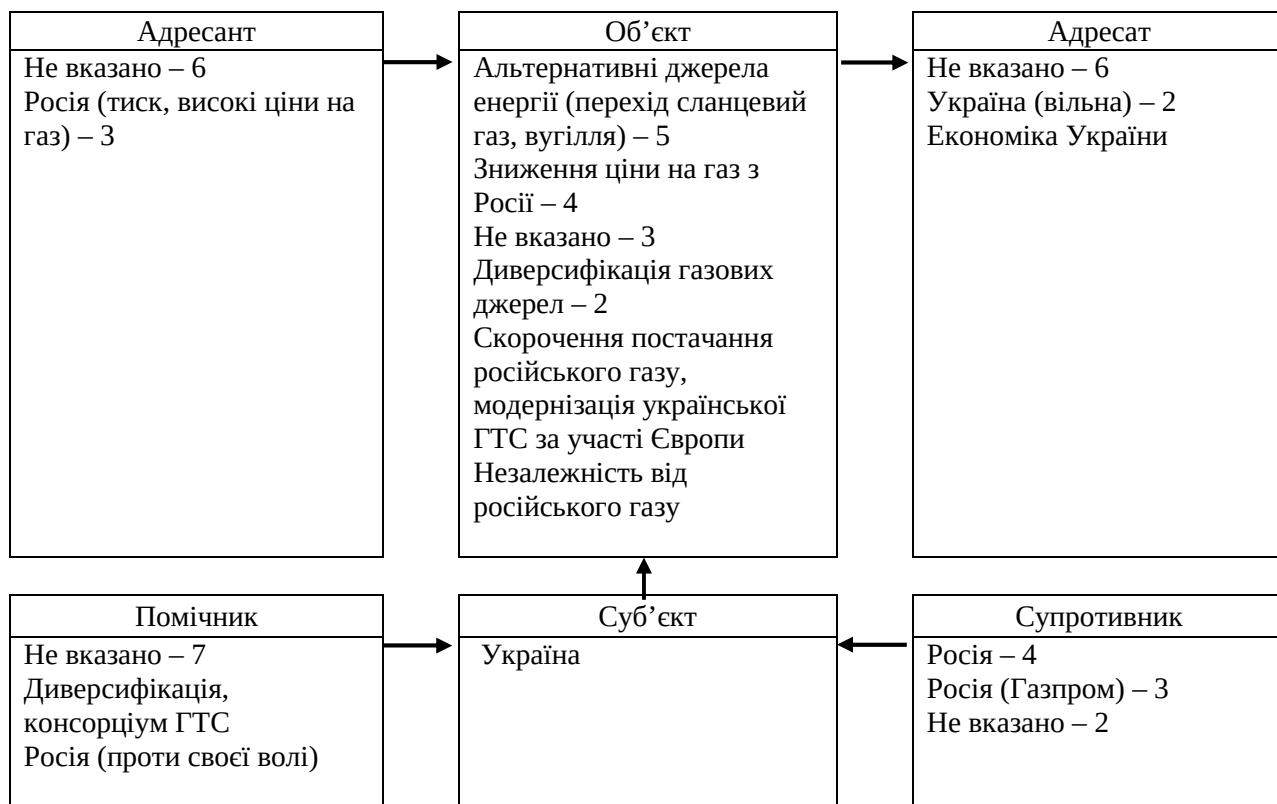
Додаток В4

**Підсумкова схема («Україна молода»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Росія**



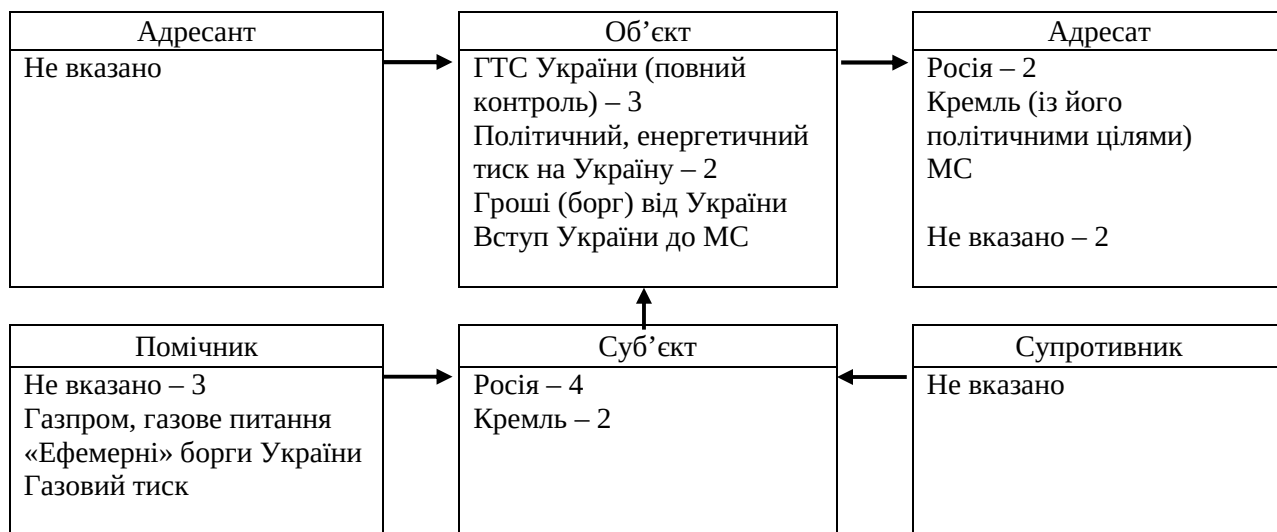
Додаток ГЗ

Підсумкова схема («Урядовий кур'єр»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Україна

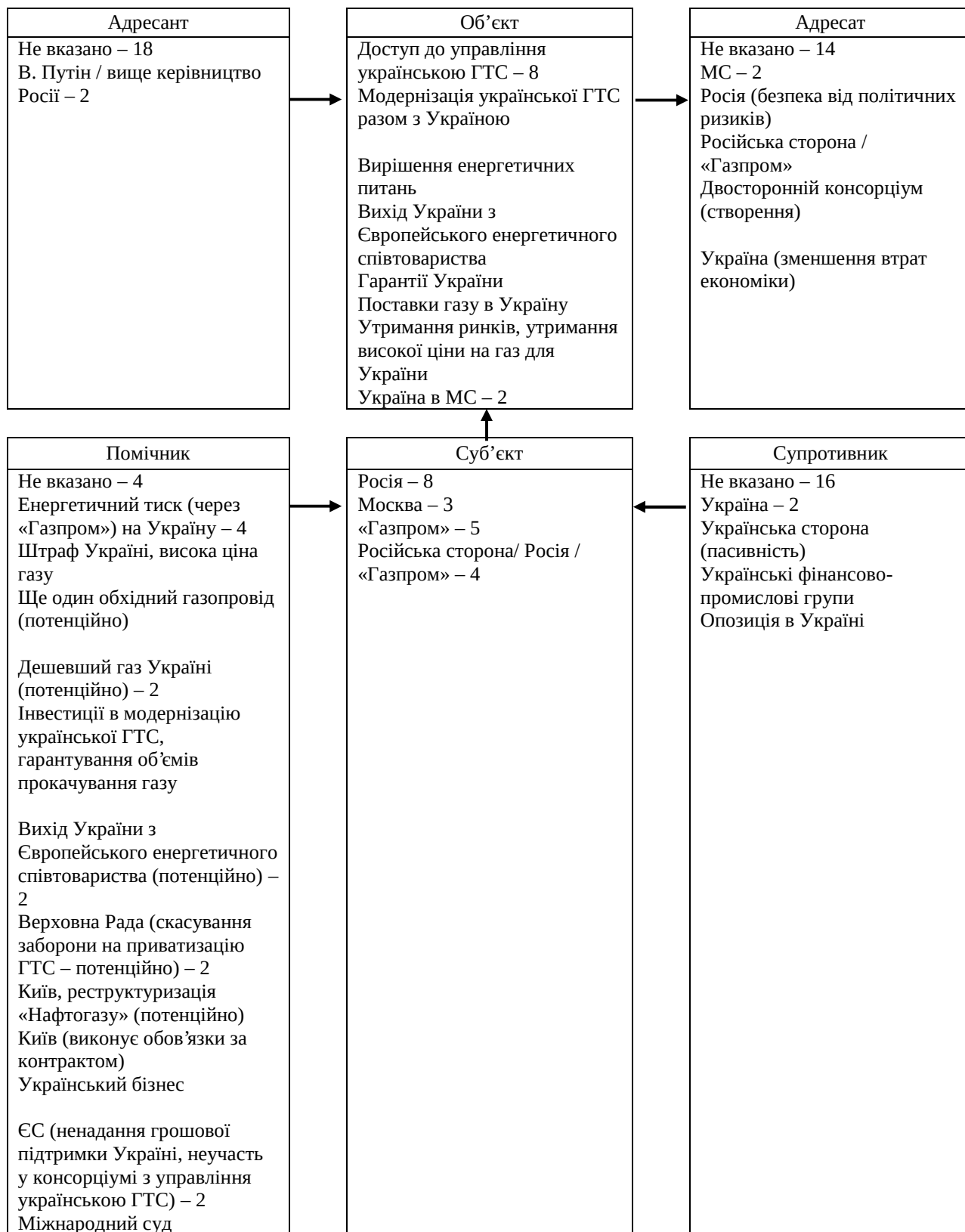


Додаток Г4

Підсумкова схема («Урядовий кур'єр»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Росія (Газпром)



Додаток ДЗ
Підсумкова схема («Независимая газета»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Росія



Додаток Д4
Підсумкова схема («Независимая газета»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Україна

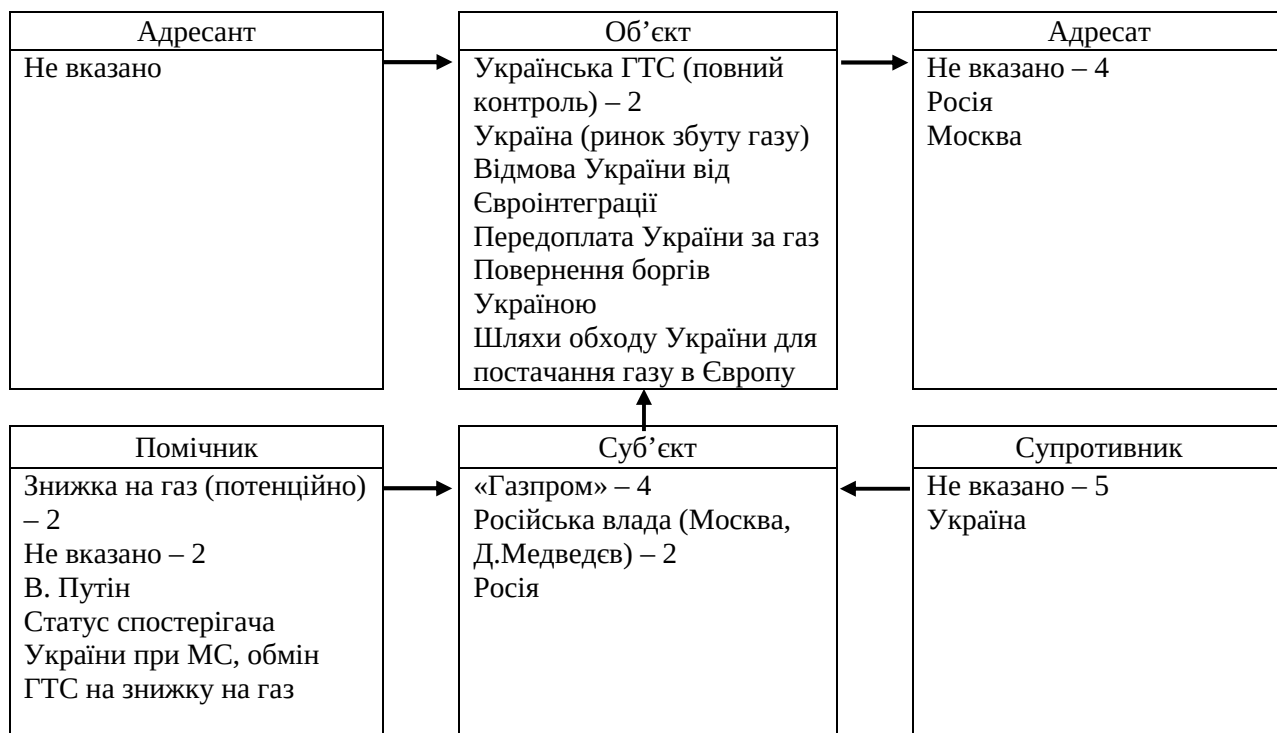


Газотранспортний консорціум України і Росії Закон про можливість приватизації української ГТС (потенційно) Доступ «Газпрома» до управління українською ГТС ЄС Європейська сторона (тристоронній консорціум з управління українською ГТС) Європейське енергетичне співтовариство (не дійсний) Політична гра, політичні заяви української влади – потенційно				
--	--	--	--	--

Додаток ЕЗ

Підсумкова схема («Московский комсомолец»)

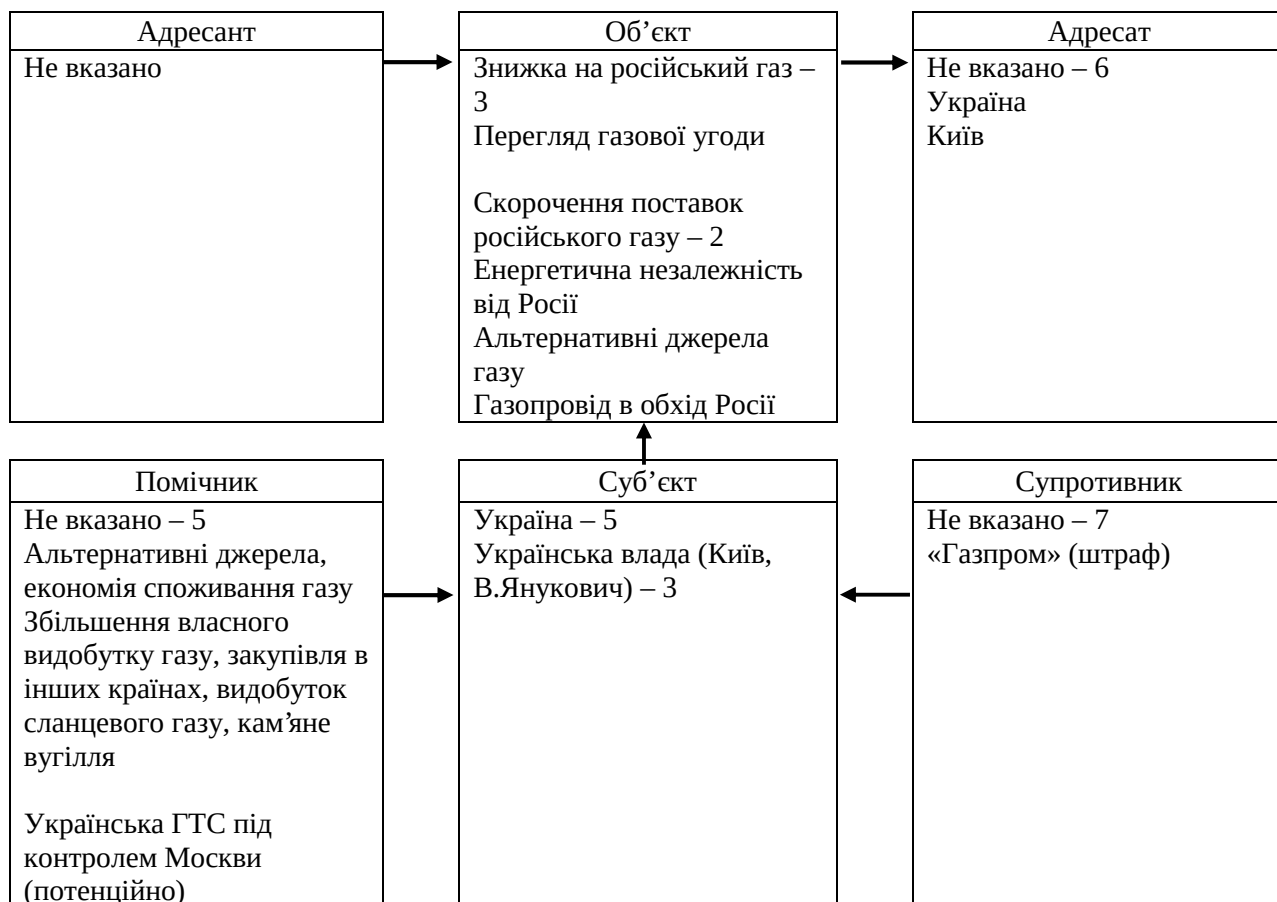
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Росія



Додаток Е4

Підсумкова схема («Московский комсомолец»)

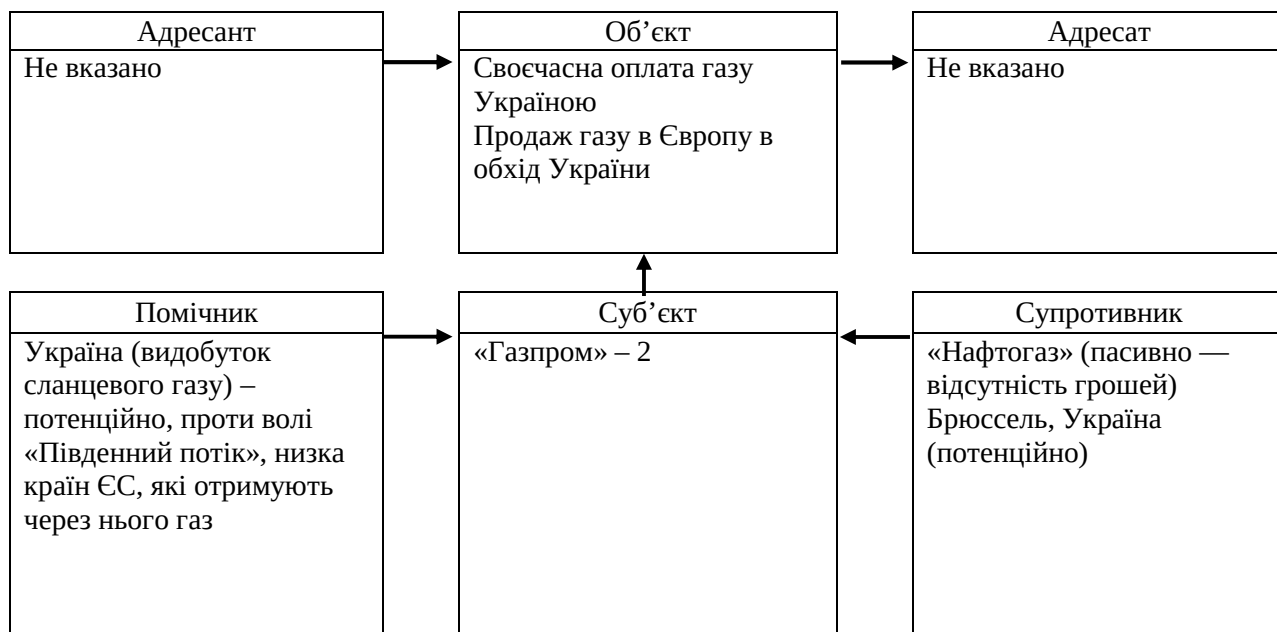
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Україна



Додаток ЖЗ

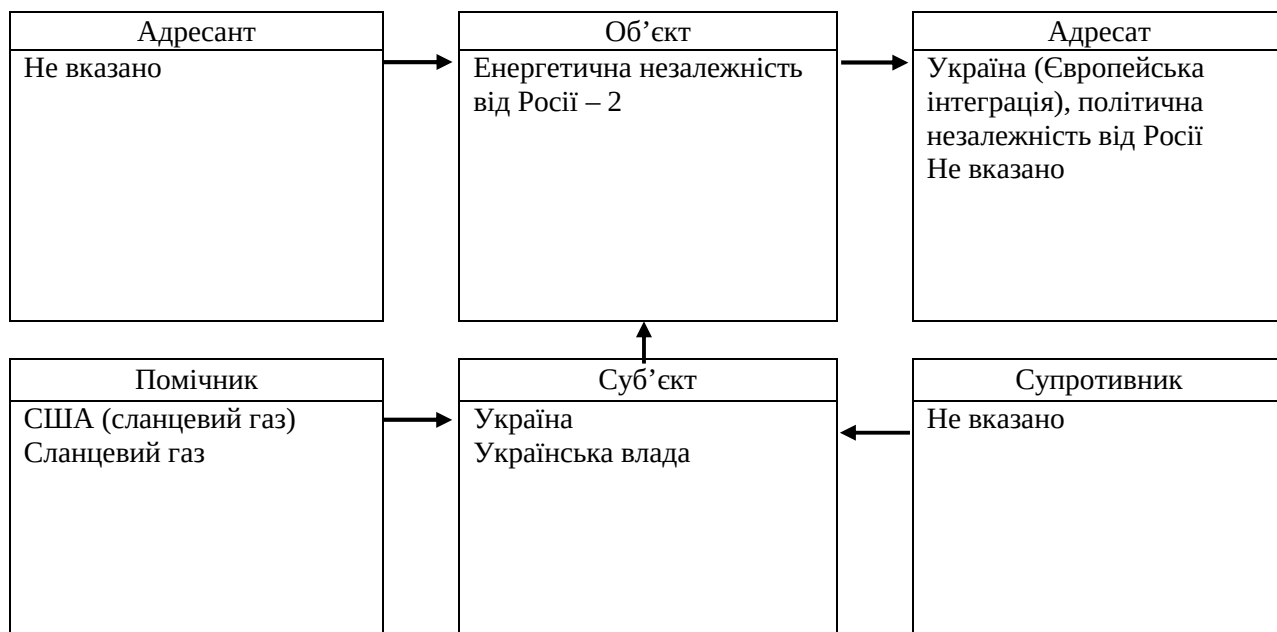
Підсумкова схема («Новая газета»)

Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Росія



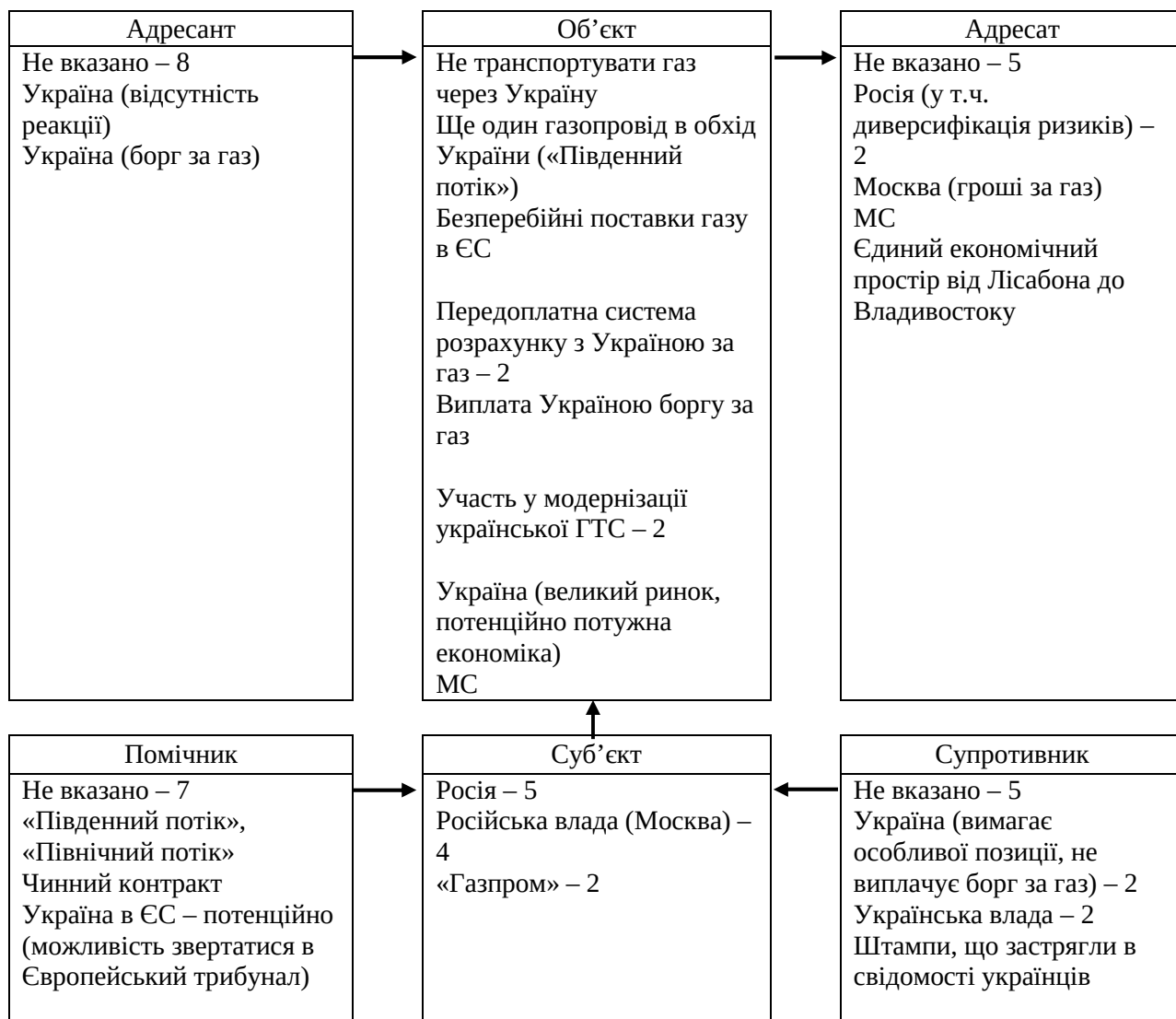
Додатки Ж4

Підсумкова схема («Новая газета»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Україна



Додаток ИЗ

**Підсумкова схема («Российская газета»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Росія**



Додаток И4

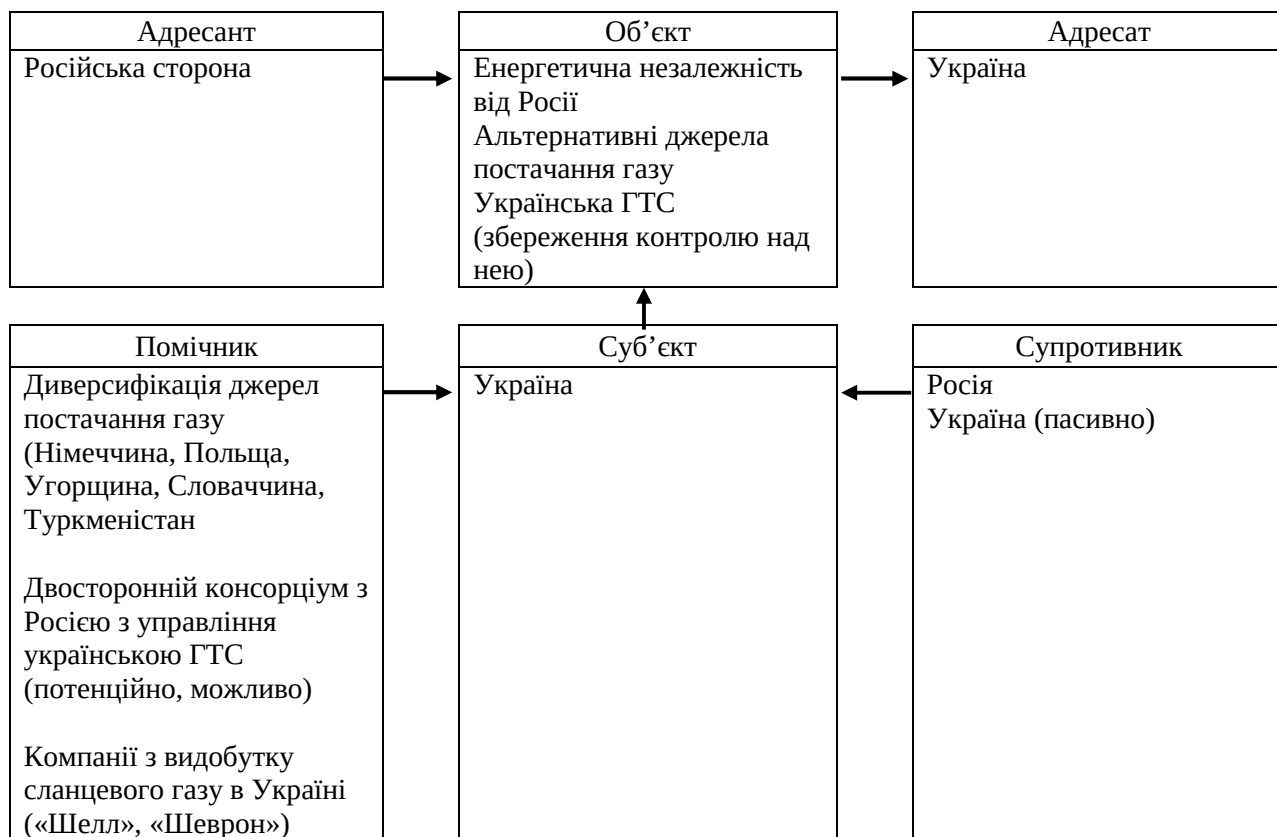
**Підсумкова схема («Российская газета»)
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС
Суб'єкт – Україна**



Додаток М1

Підсумкова схема

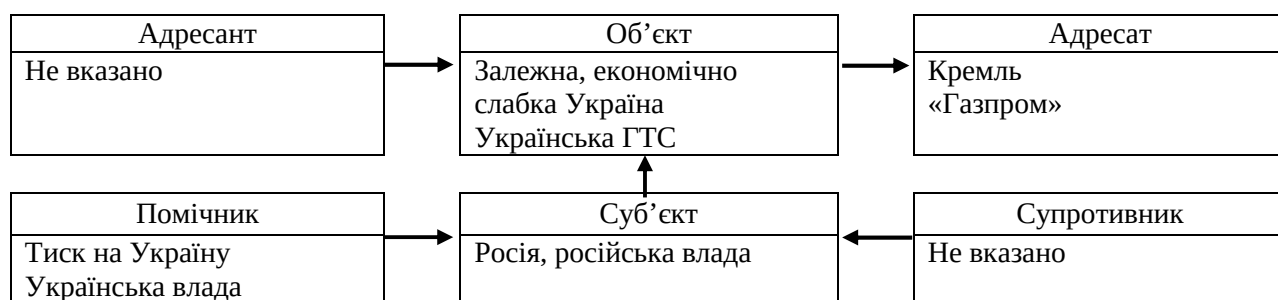
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС – в українських виданнях
Суб'єкт – Україна



Додаток М2

Підсумкова схема

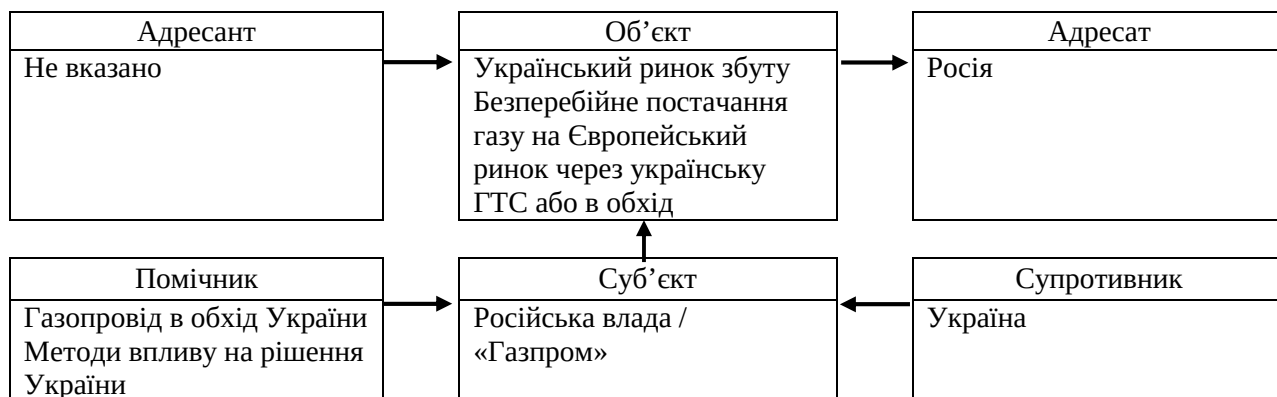
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС – в українських виданнях
Суб'єкт – Росія



Додаток Н1

Підсумкова схема

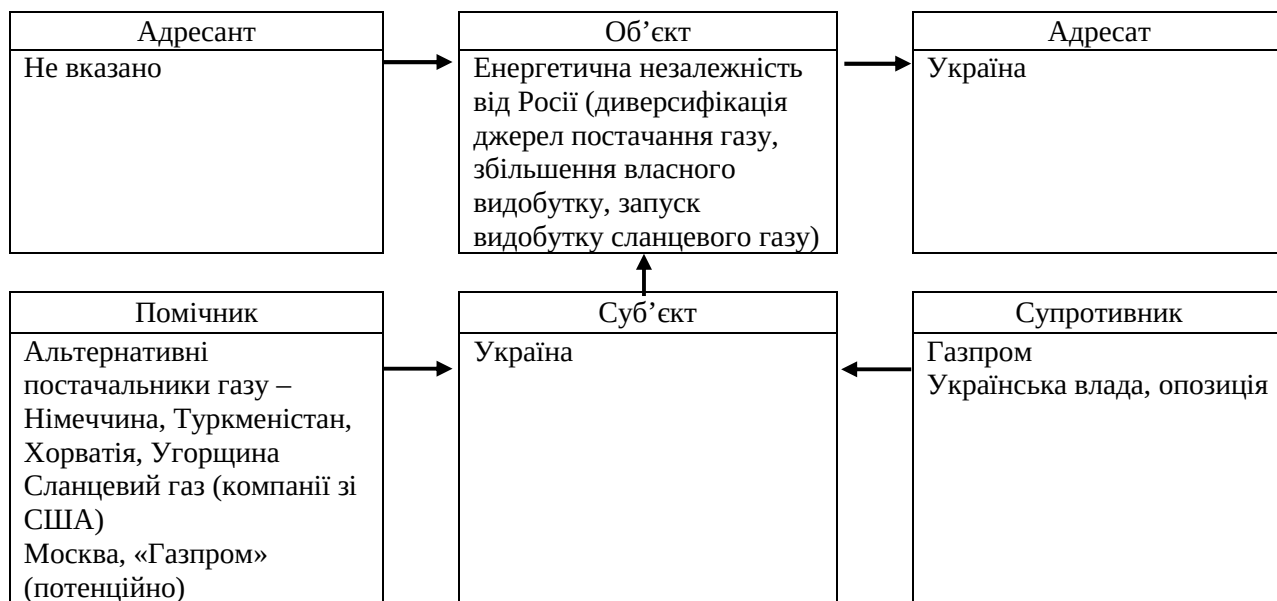
Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС – у російських виданнях
Суб'єкт – Росія



Додаток Н2

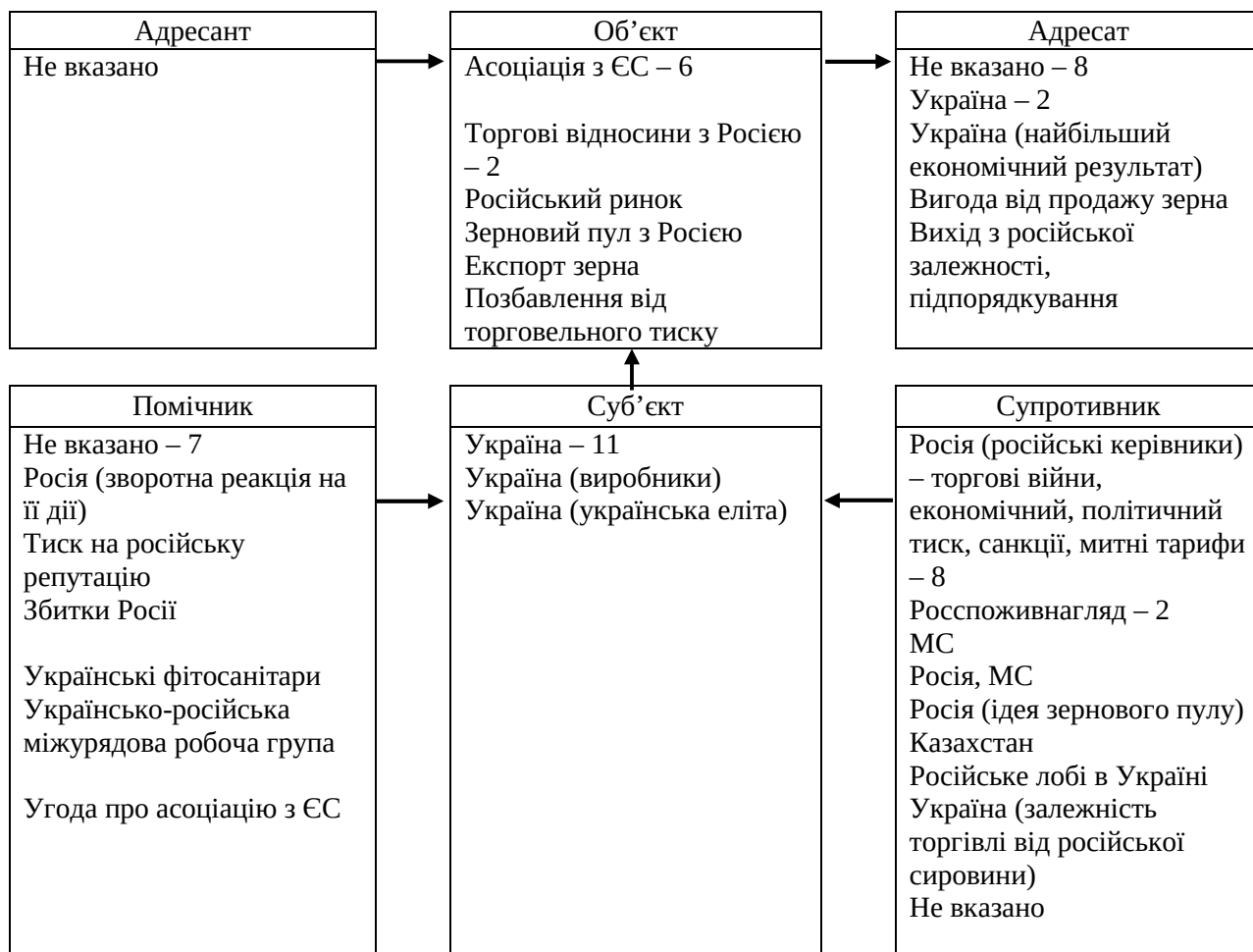
Підсумкова схема

**Тема поставок російського газу в Україну
та створення консорціуму з управління українською ГТС – у російських виданнях**
Суб'єкт – Україна

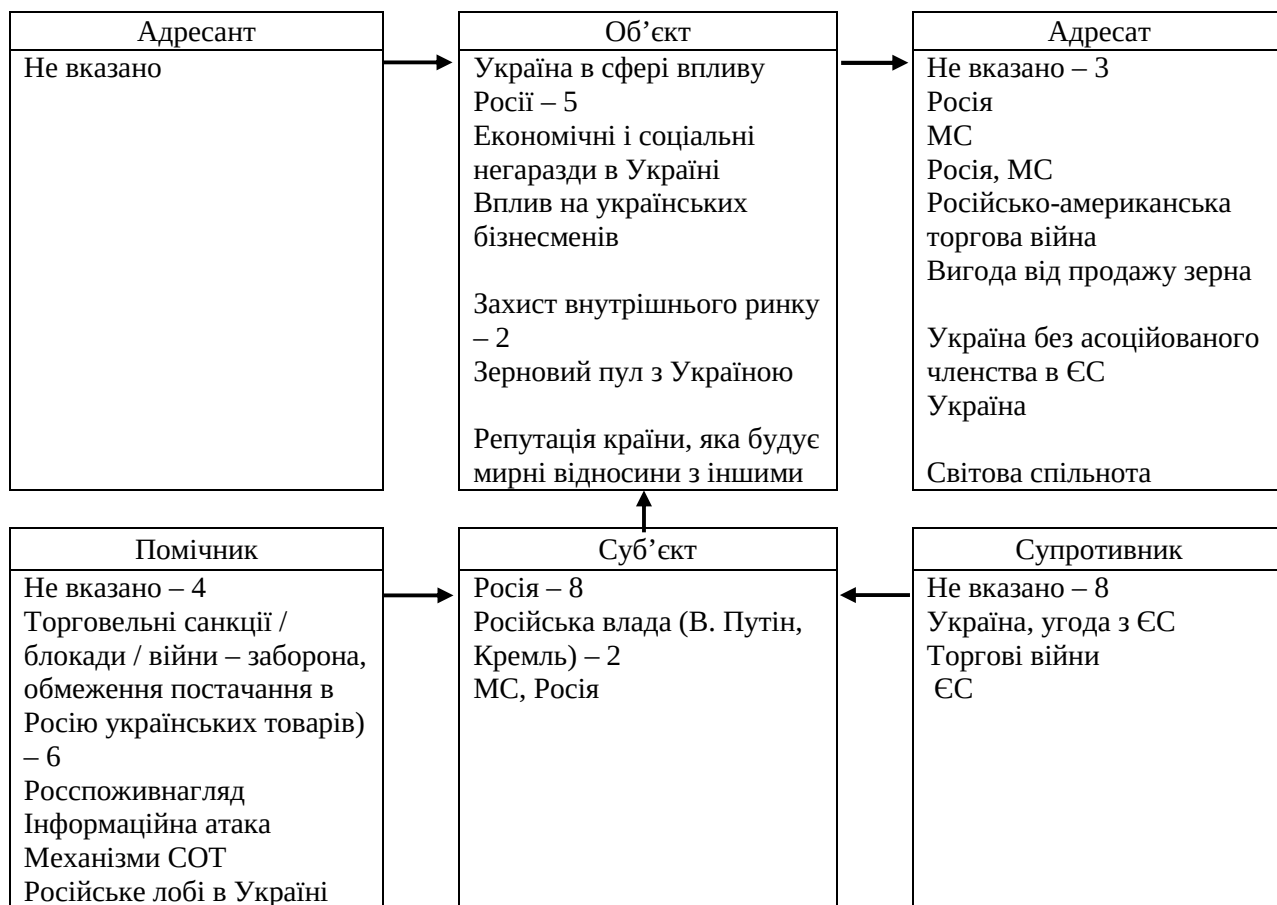


ДОДАТКИ ДО ПІДРОЗДІЛУ 3.3

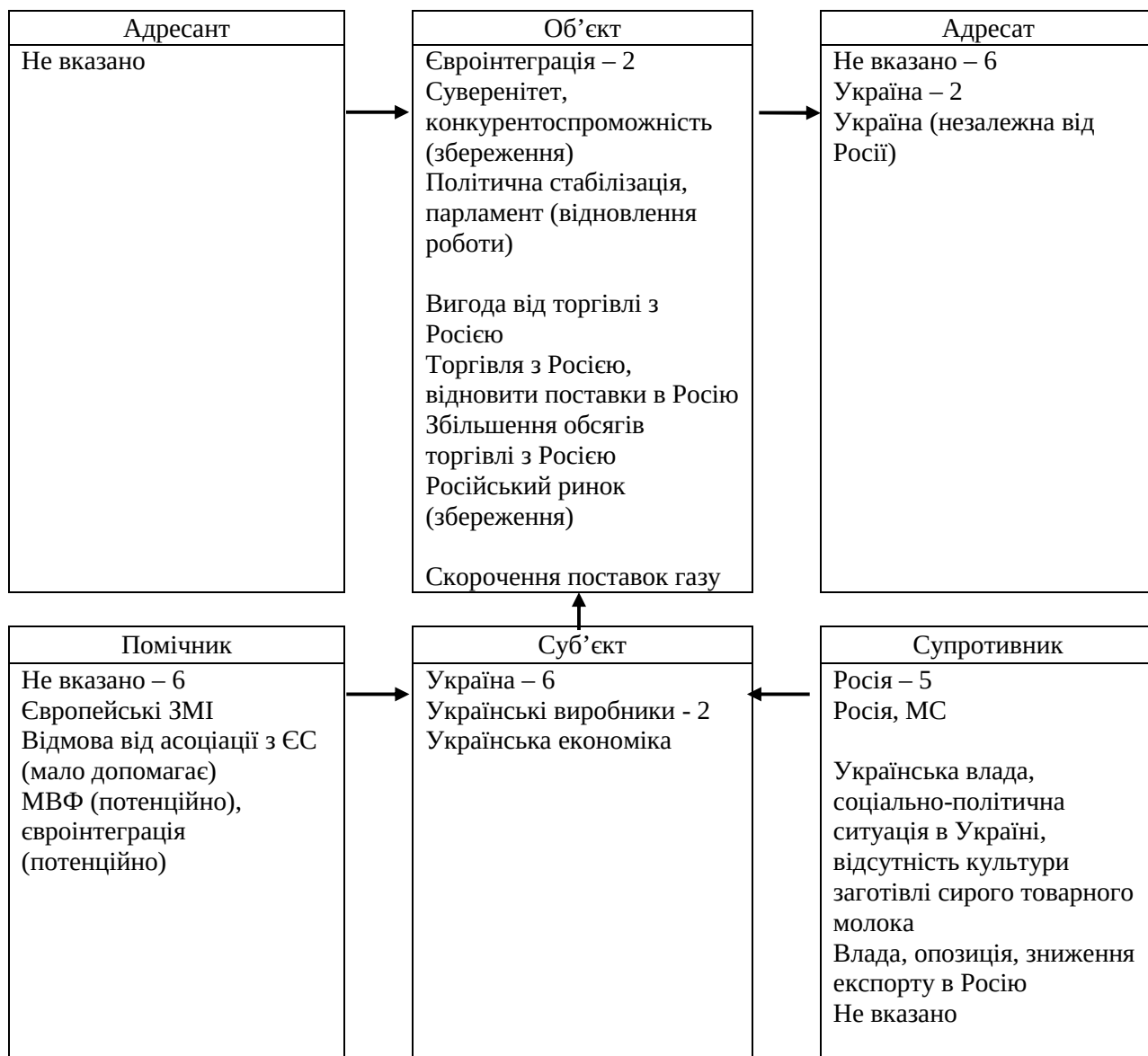
Додаток А5
Підсумкова схема («День»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Україна



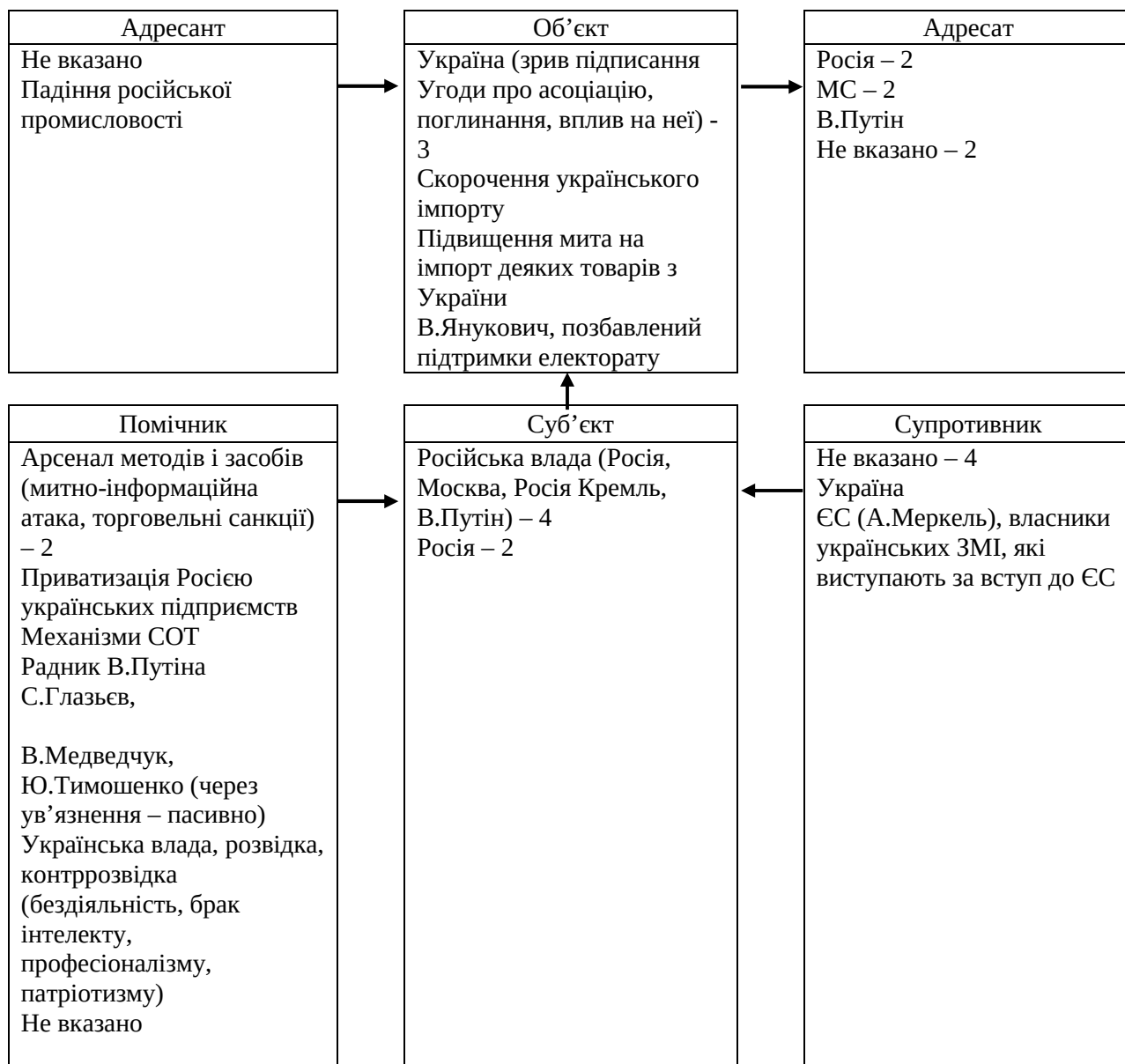
Додаток А6
Підсумкова схема («День»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Росія



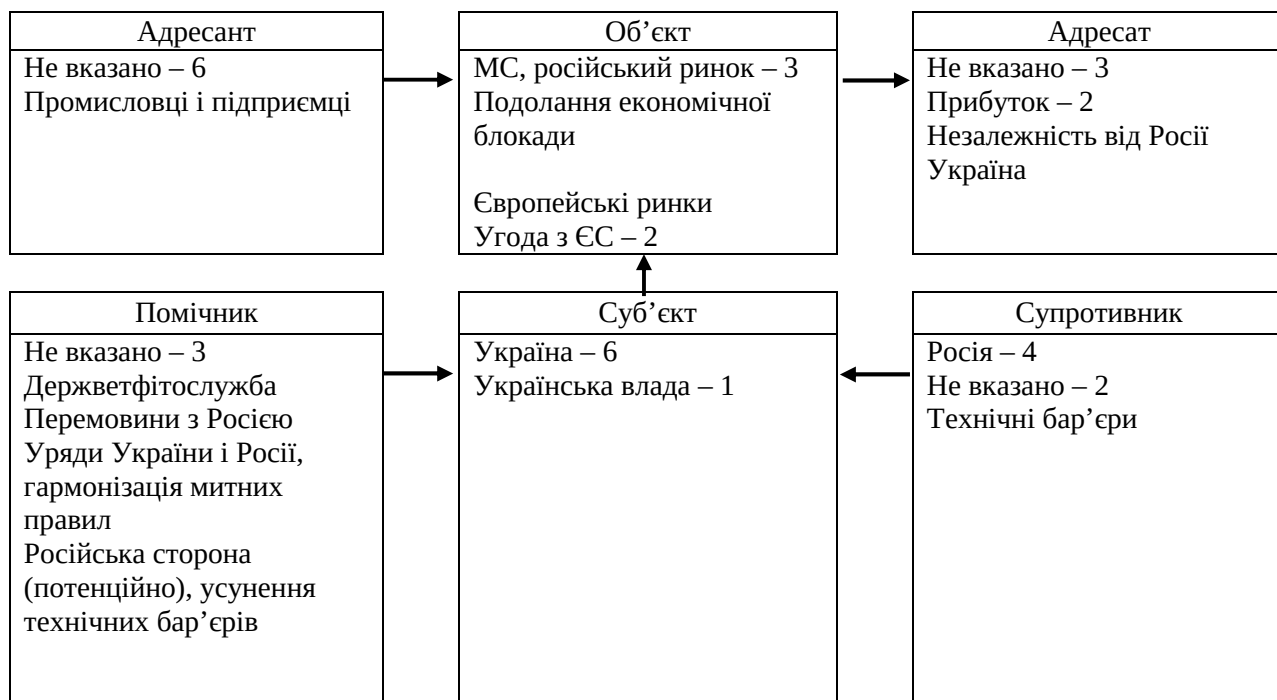
Додаток Б5
Підсумкова схема («Дзеркало тижня»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Україна



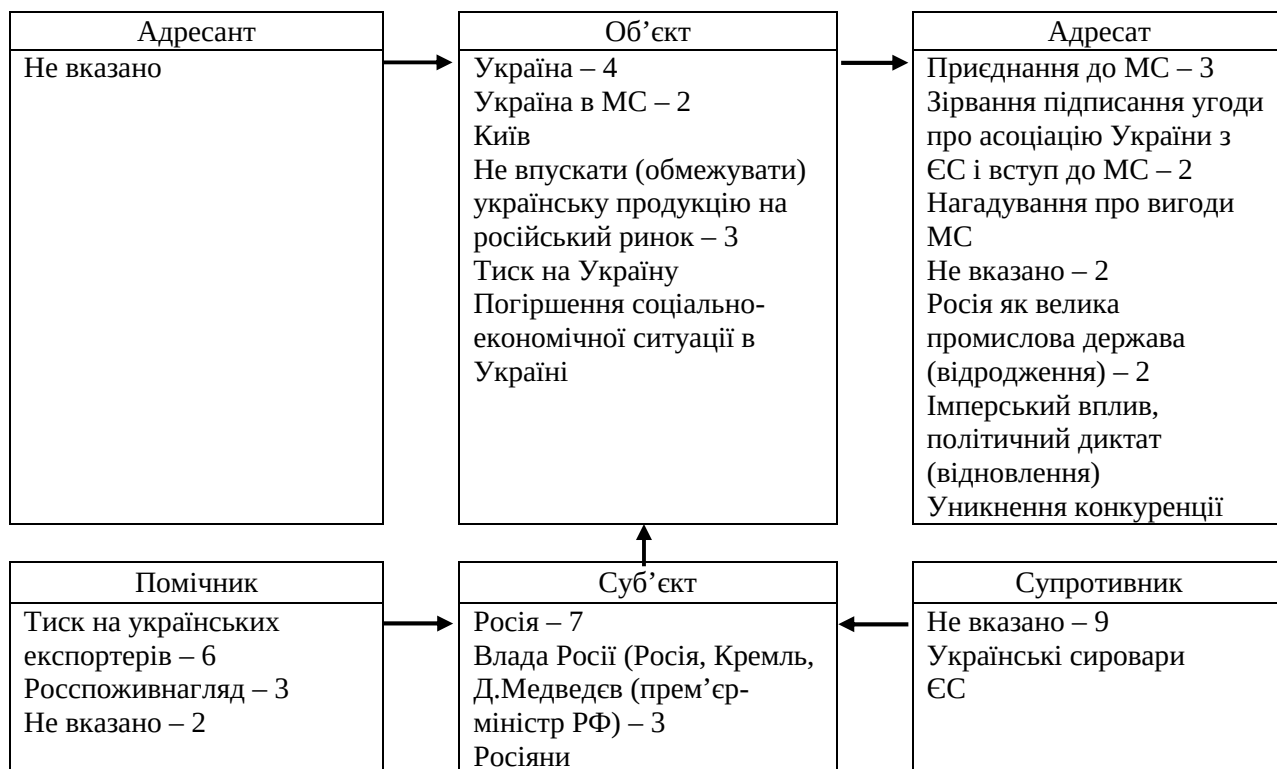
Додаток Б6
Підсумкова схема («Дзеркало тижня»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Росія



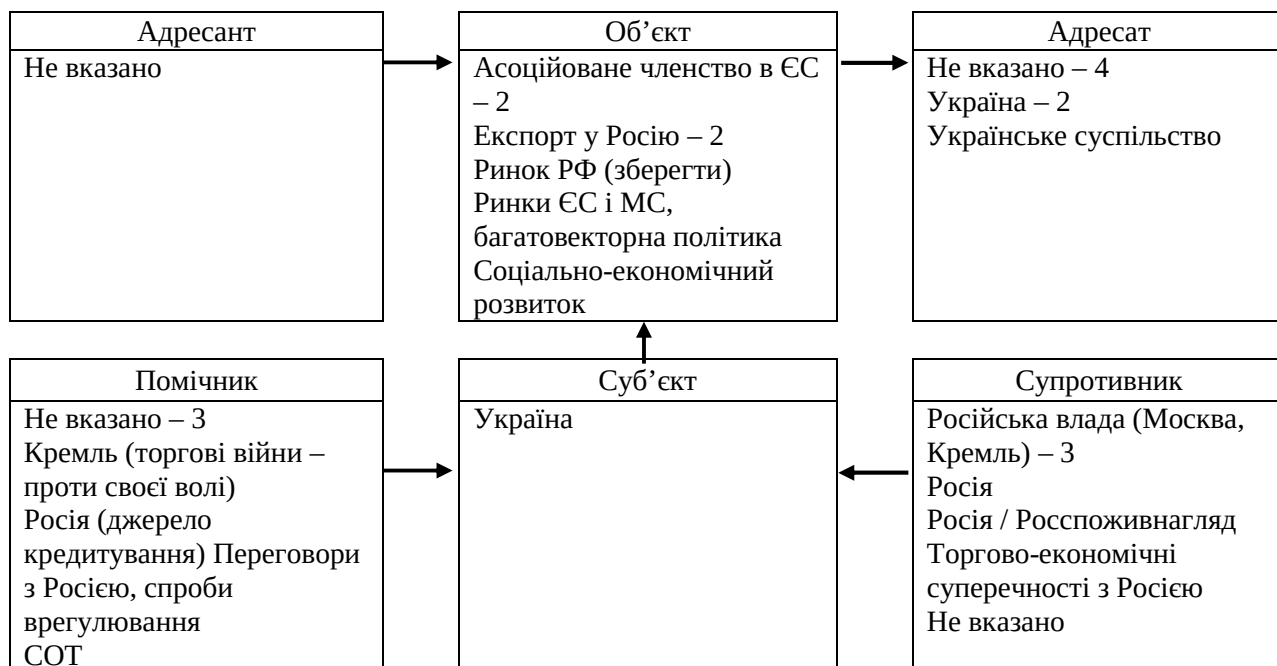
Додаток В5
Підсумкова схема («Україна молода»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Україна



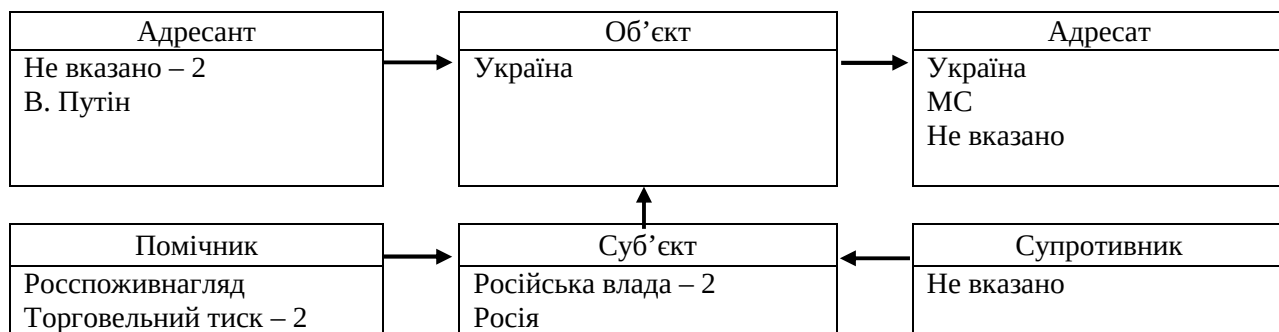
Додаток В6
Підсумкова схема («Україна молода»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Росія



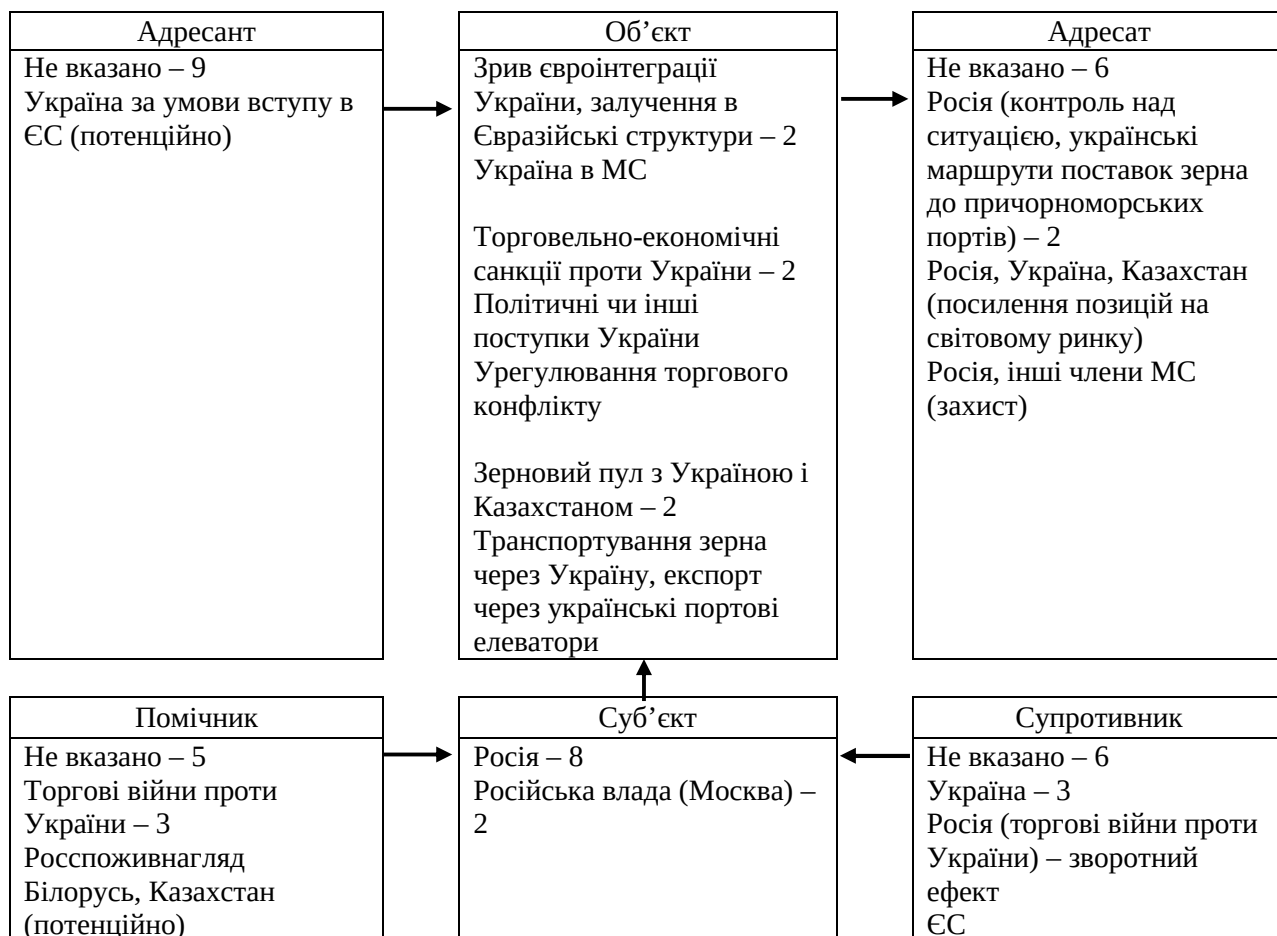
Додаток Г5
Підсумкова схема («Урядовий кур'єр»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Україна



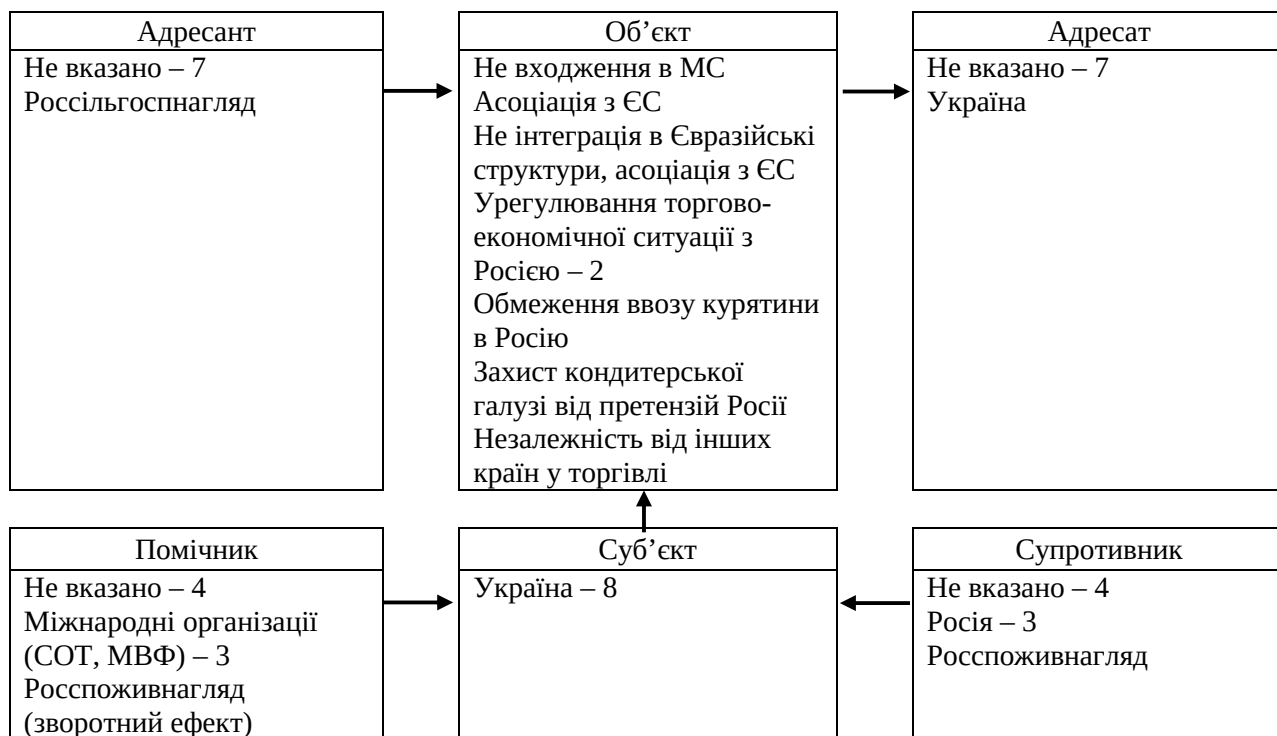
Додаток Г6
Підсумкова схема («Урядовий кур'єр»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Росія



Додаток Д5
Підсумкова схема («Независимая газета»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Росія



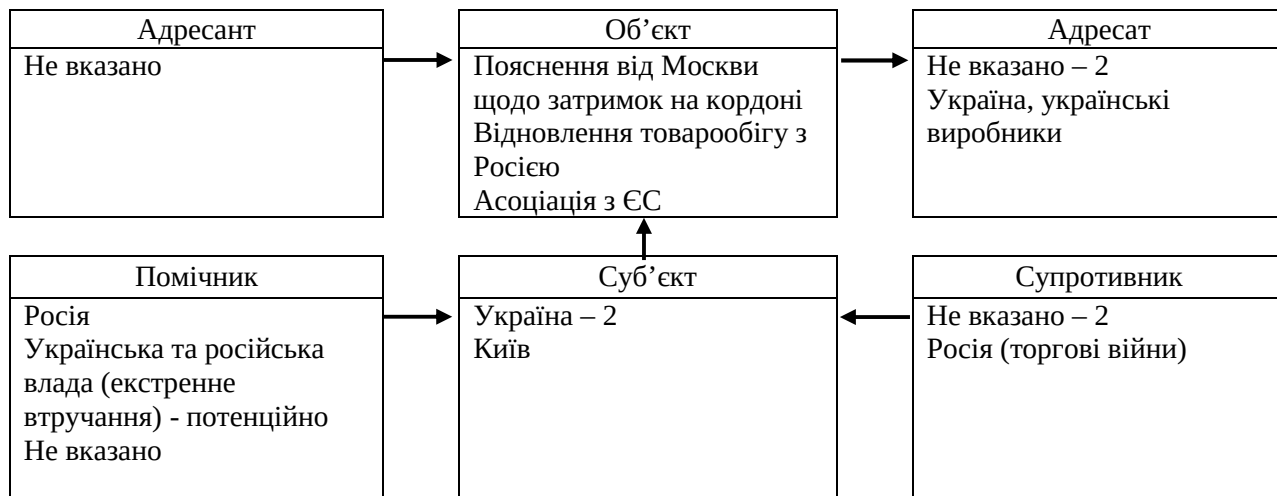
Додаток Д6
Підсумкова схема («Независимая газета»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Україна



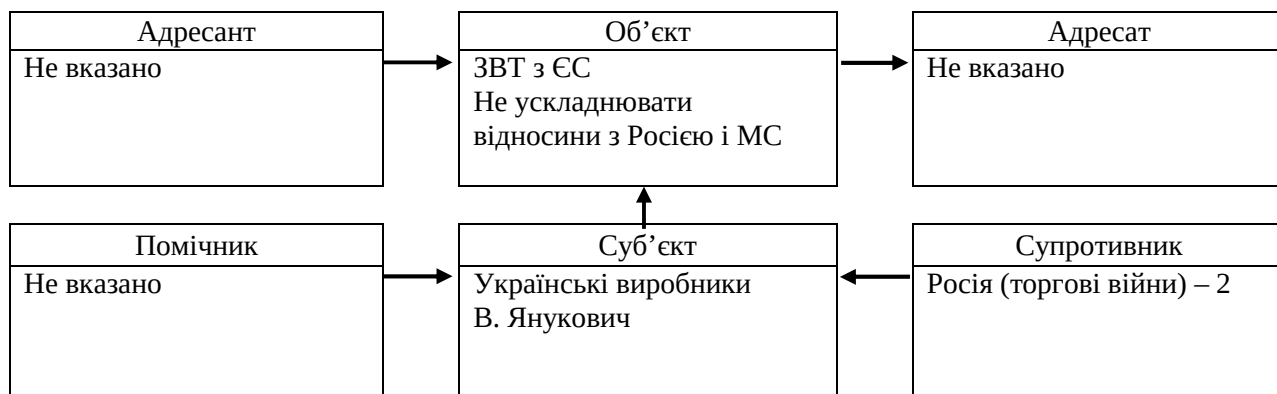
Додаток Е5
Підсумкова схема («Московский комсомолец»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Росія



Додаток Е6
Підсумкова схема («Московский комсомолец»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Україна



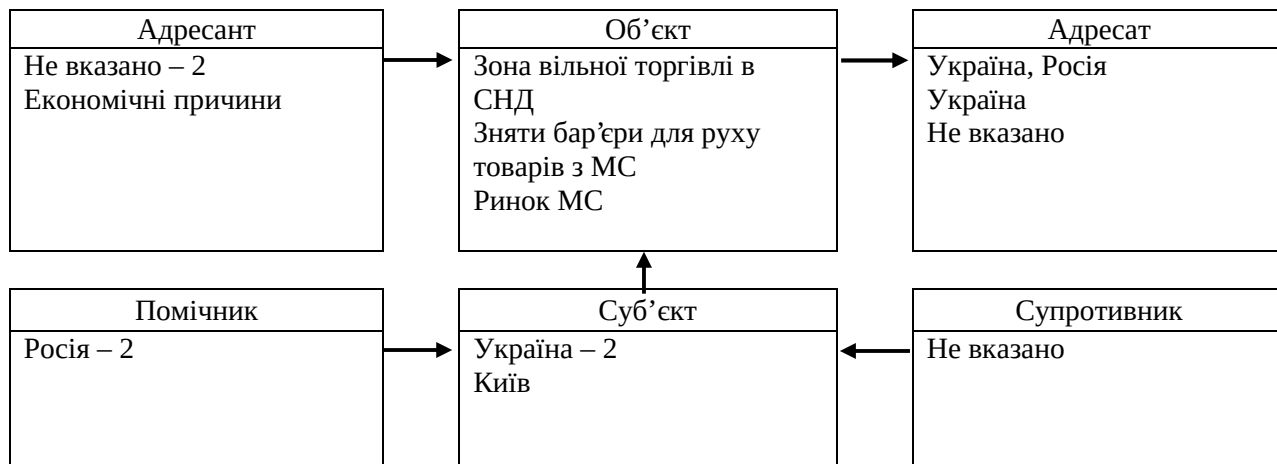
Додаток Ж6
Підсумкова схема («Новая газета»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Україна



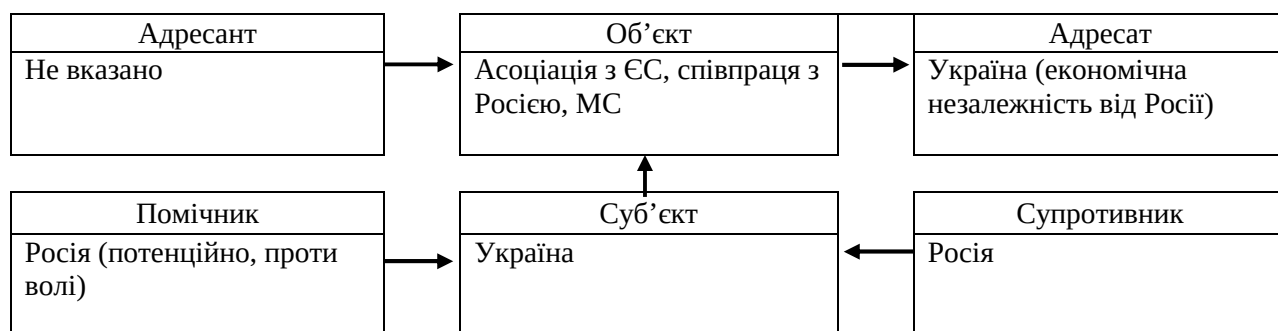
Додаток И5
Підсумкова схема («Российская газета»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Росія



Додаток И6
Підсумкова схема («Российская газета»)
Тема торгівлі
Суб'єкт – Україна



Додаток П1
Підсумкова схема
Тема торгівлі в українських виданнях
Суб'єкт – Україна



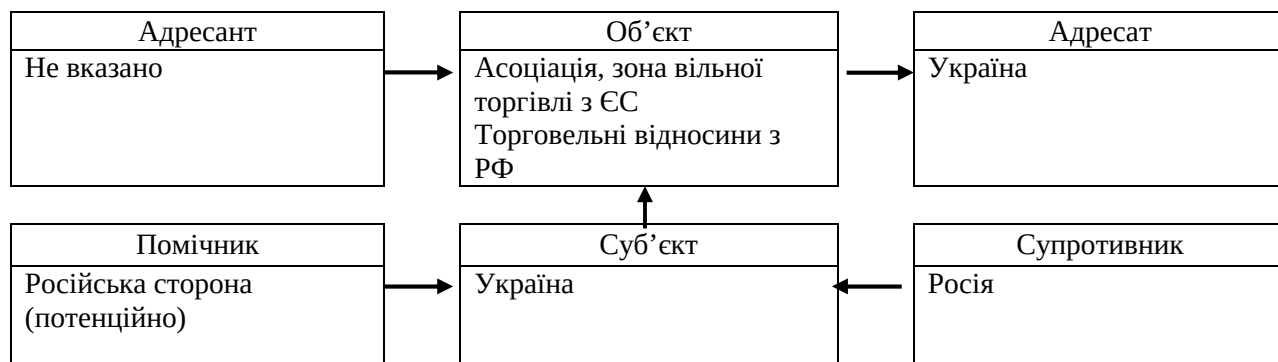
Додаток П2
Підсумкова схема
Тема торгівлі в українських виданнях
Суб'єкт – Росія



Додаток Р1
Підсумкова схема
Тема торгівлі в російських виданнях
Суб'єкт – Росія



Додаток Р2
Підсумкова схема
Тема торгівлі в російських виданнях
Суб'єкт – Україна

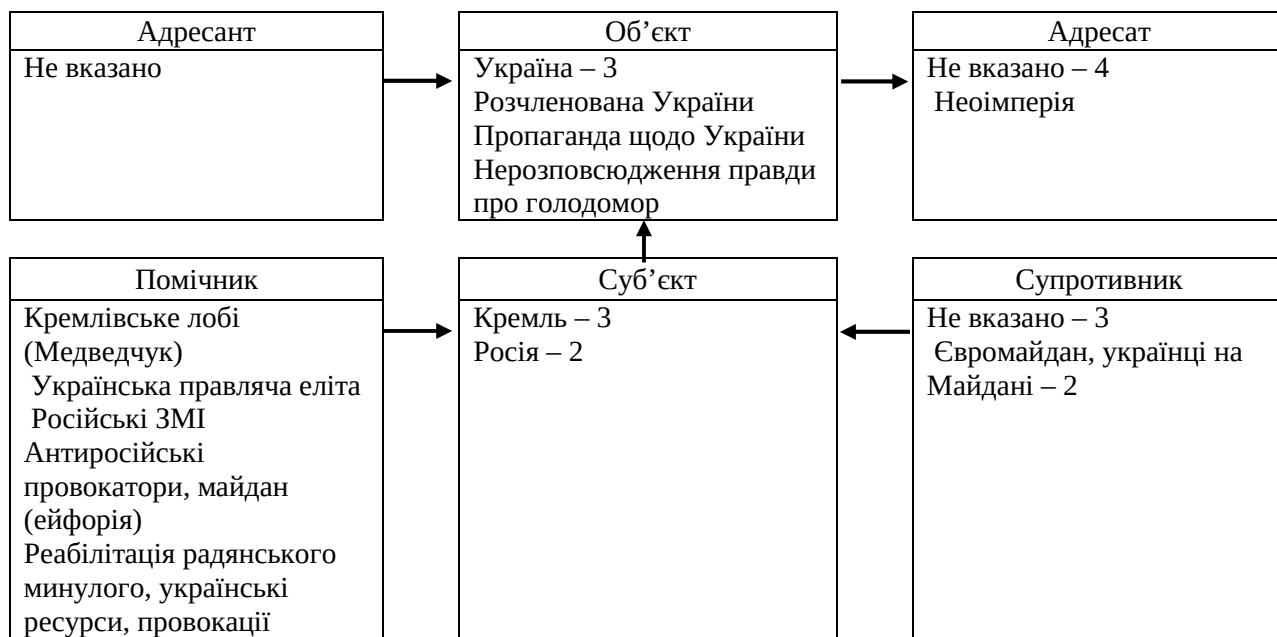


ДОДАТКИ ДО ПІДРОЗДІЛУ 3.4

Додаток А7
Підсумкова схема («День»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Україна



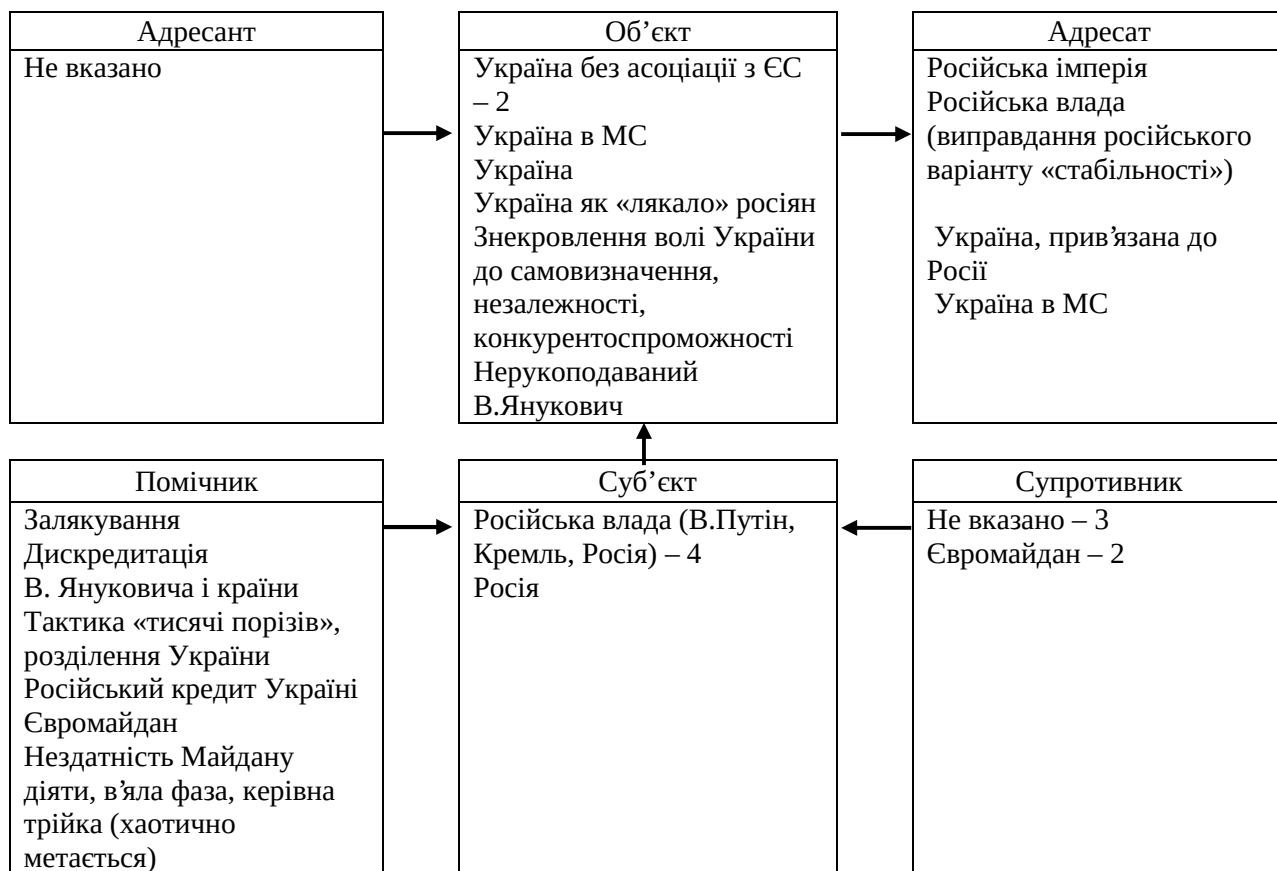
Додаток А8
Підсумкова схема («День»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Росія



Додаток Б7
Підсумкова схема («Дзеркало тижня»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Україна



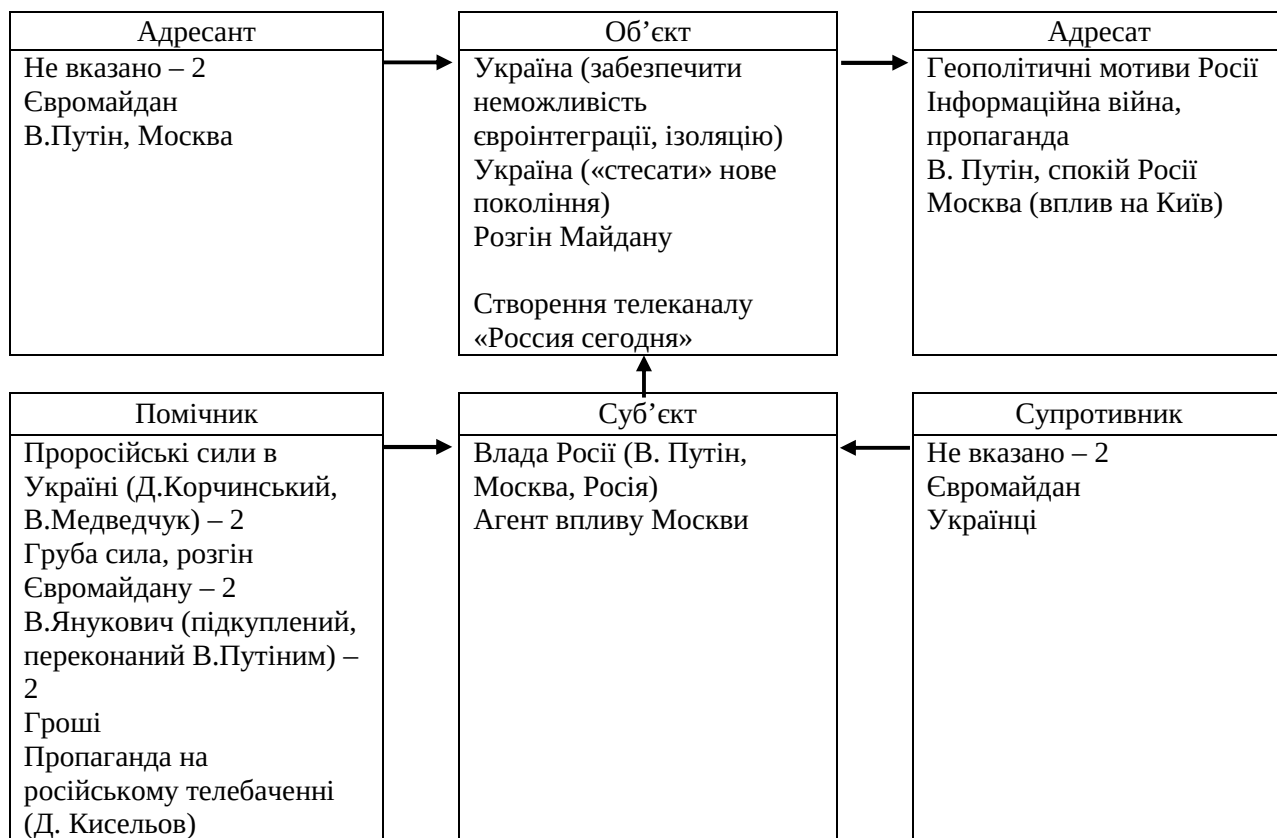
Додаток Б8
Підсумкова схема («Дзеркало тижня»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Росія



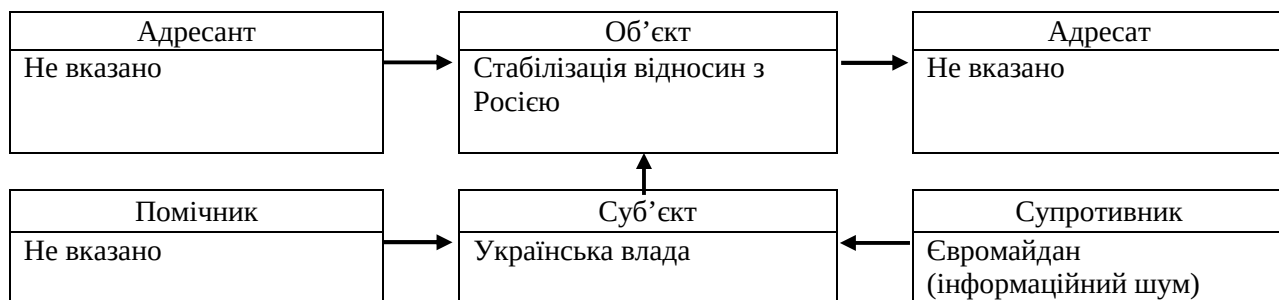
Додаток В7
Підсумкова схема («Україна молода»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Україна



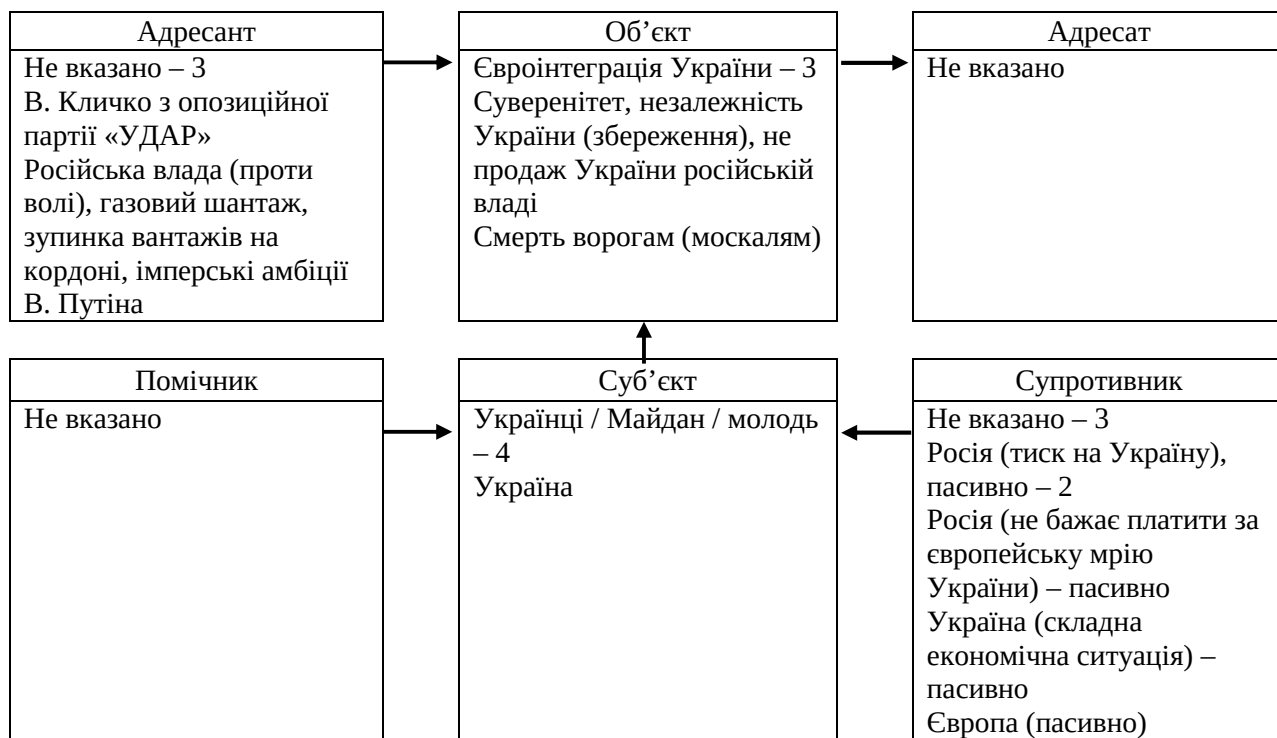
Додаток В8
Підсумкова схема («Україна молода»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Росія



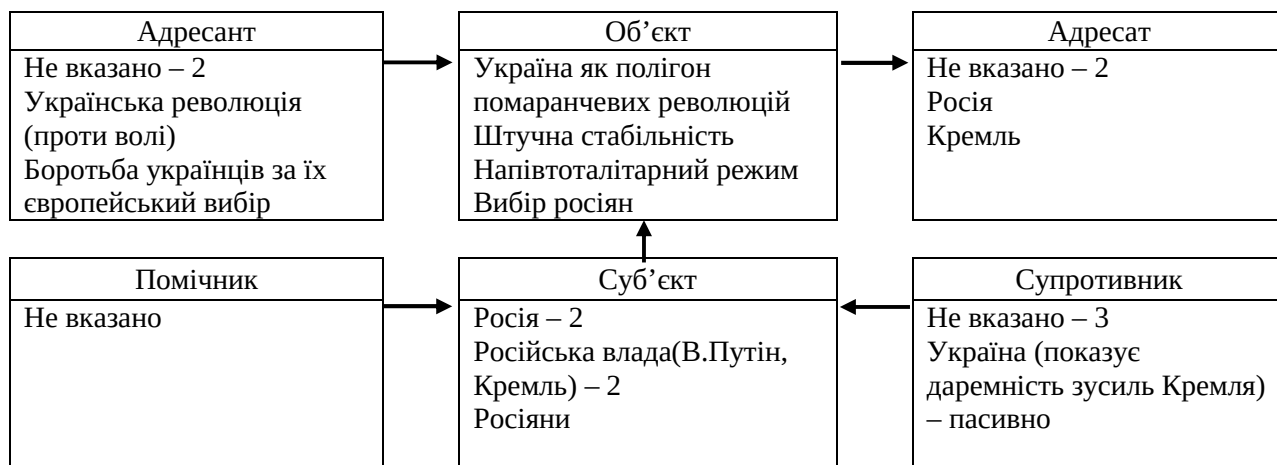
Додаток Г7
Підсумкова схема («Урядовий кур'єр»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Україна



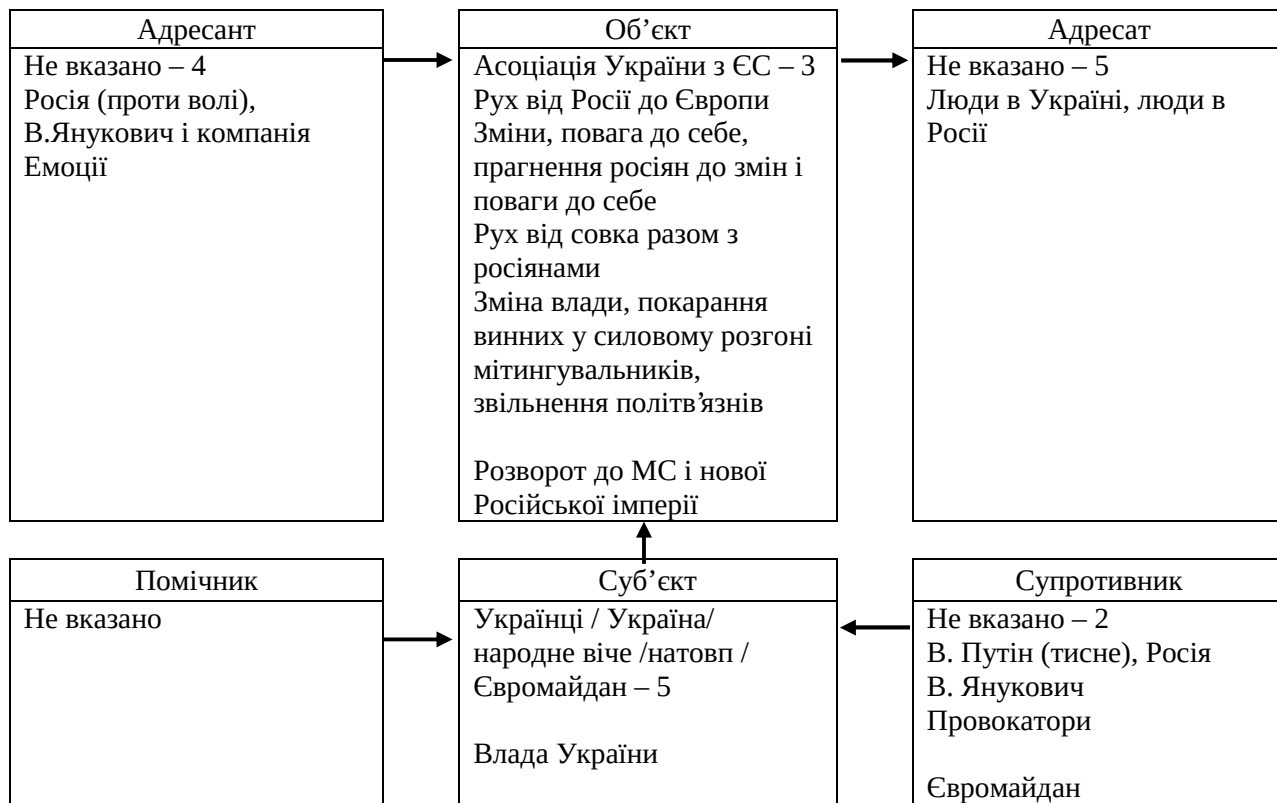
Додаток Е8
Підсумкова схема («Московский комсомолец»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Україна



Додаток Ж7
Підсумкова схема («Новая газета»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Росія



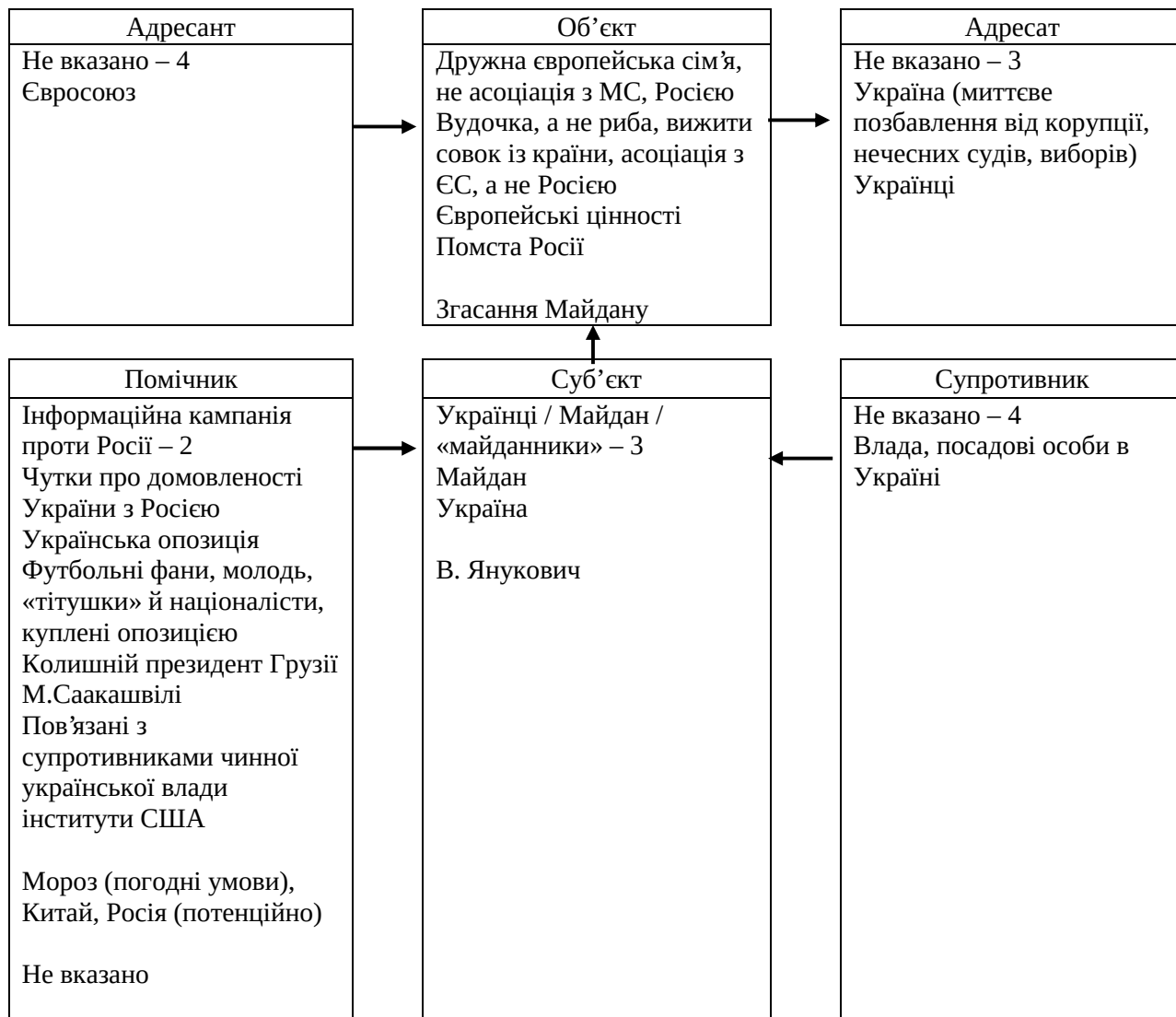
Додаток Ж8
Підсумкова схема («Новая газета»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Україна



Додаток И7
Підсумкова схема («Российская газета»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Росія



Додаток И8
Підсумкова схема («Российская газета»)
Тема Євромайдану
Суб'єкт – Україна



Додаток С1
Підсумкова схема
Тема Євромайдану в українських виданнях
Суб'єкт – Україна



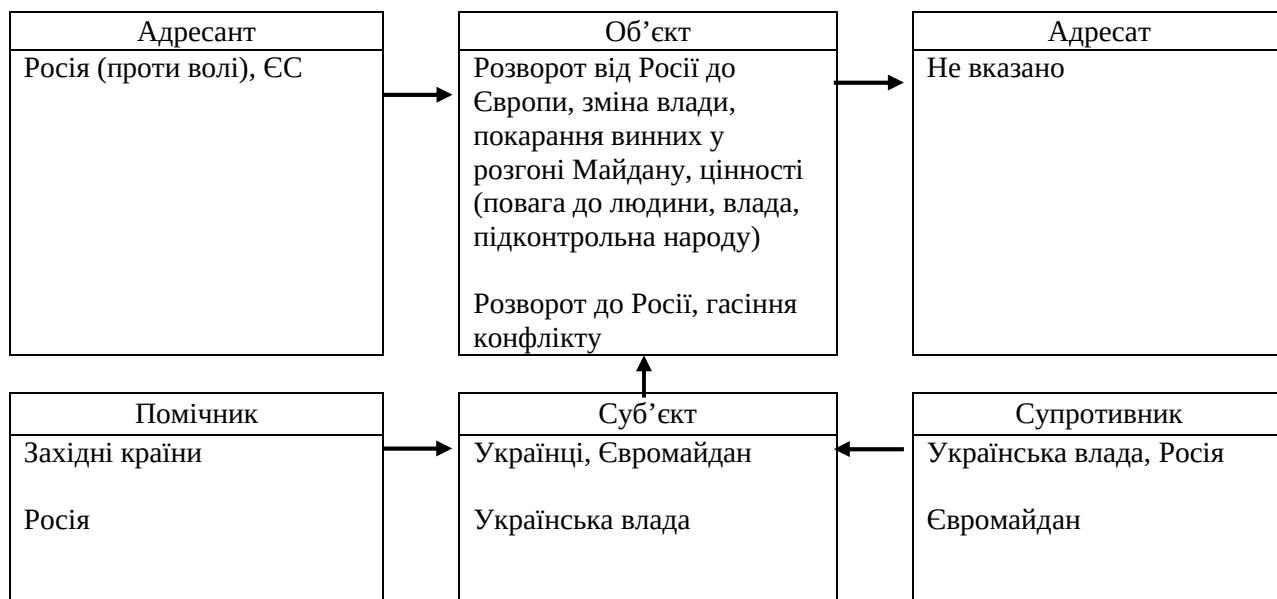
Додаток С2
Підсумкова схема
Тема Євромайдану в українських виданнях
Суб'єкт – Росія



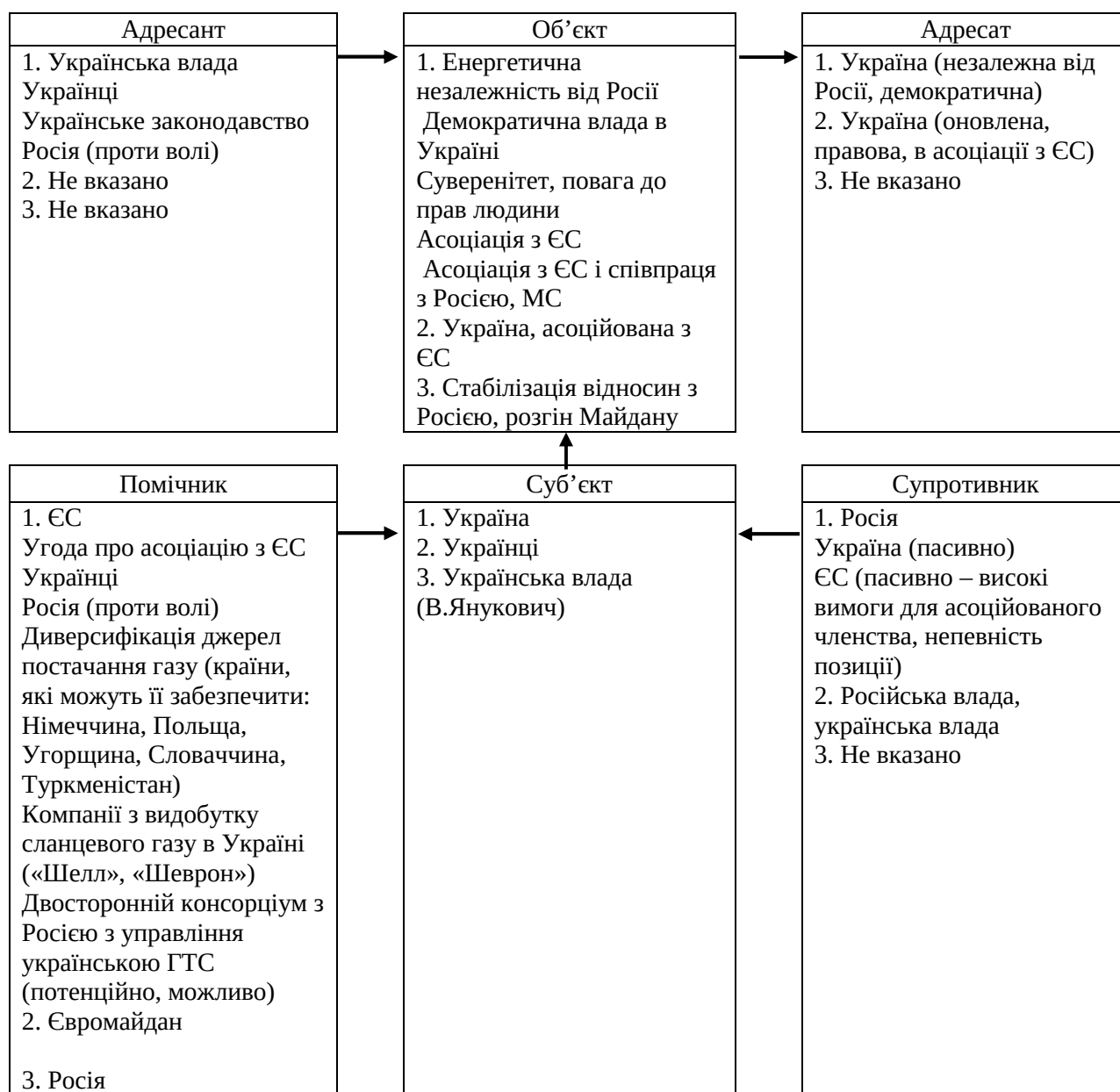
Додаток Т1
Підсумкова схема
Тема Євромайдану в російських виданнях
Суб'єкт – Росія



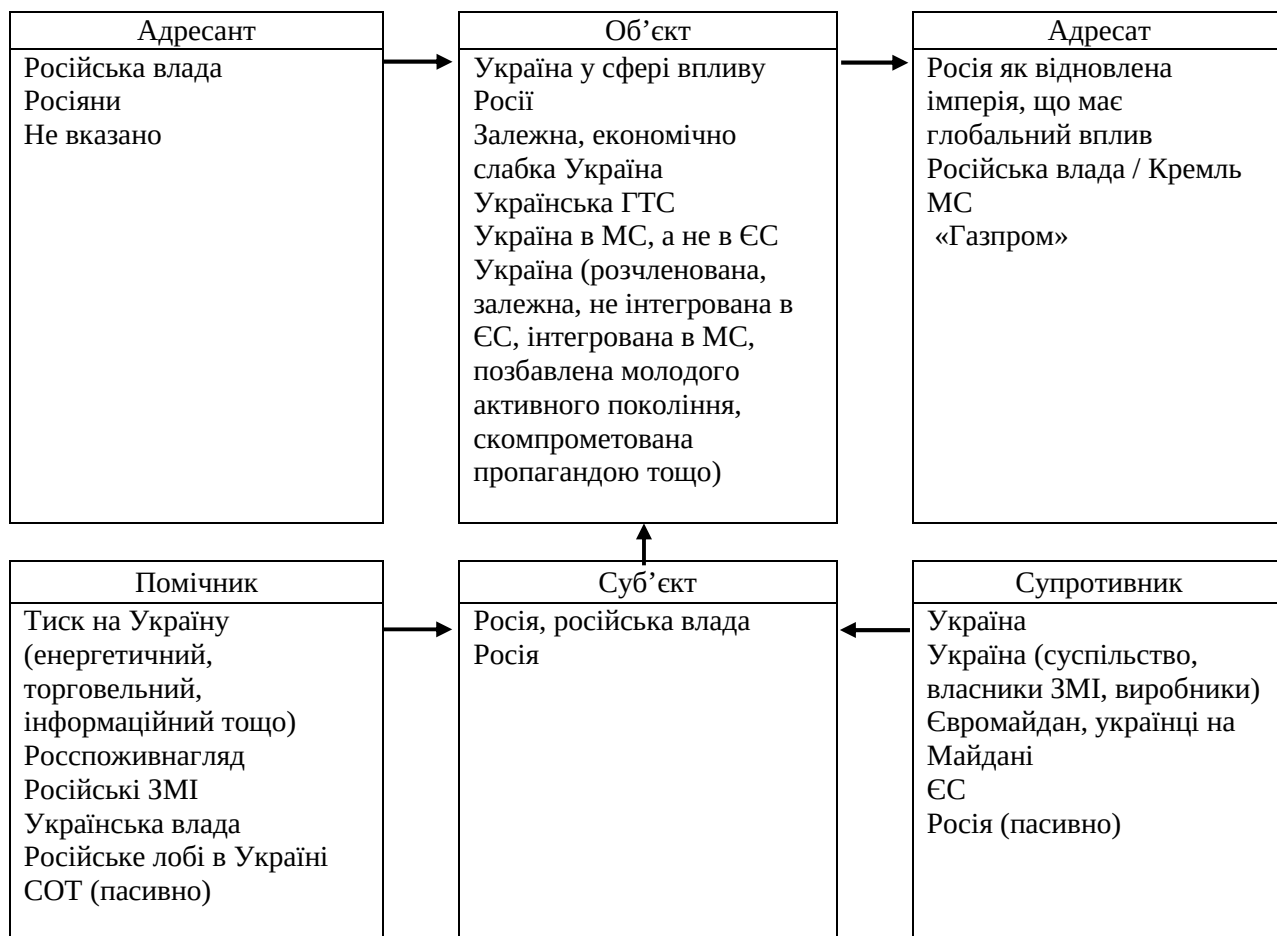
Додаток Т2
Підсумкова схема
Тема Євромайдану в російських виданнях
Суб'єкт – Україна



Додаток У1
Концептуальна модель Україна-Росія в українських виданнях
Суб'єкт – Україна

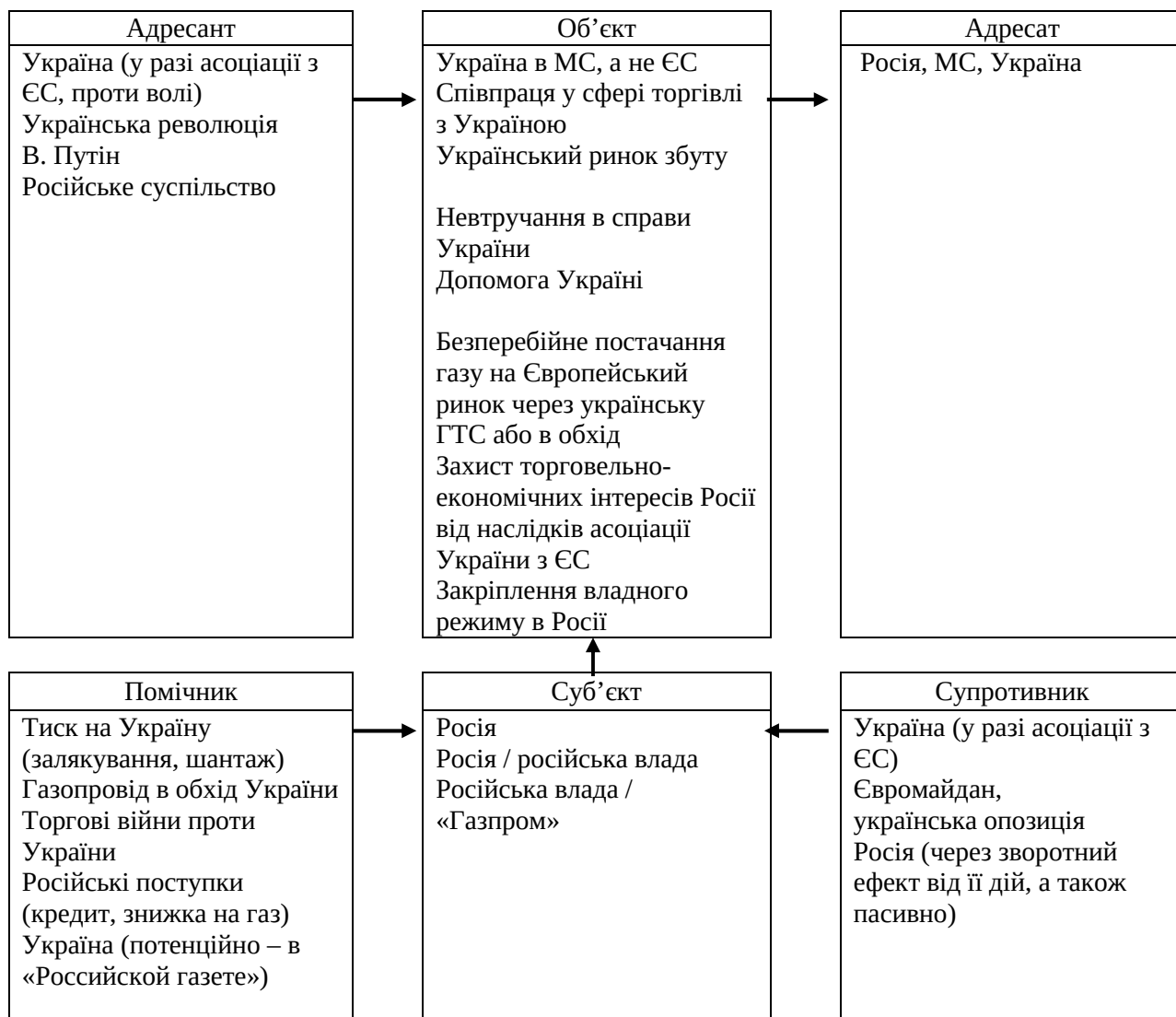


Додаток У2
Концептуальна модель Україна-Росія в українських виданнях
Суб'єкт – Росія



Додаток Ф1

Концептуальна модель Україна-Росія в російських виданнях Суб'єкт – Росія



Додаток Ф2

Концептуальна модель Україна-Росія в російських виданнях Суб'єкт – Україна

