

It was found out that in general the programming package of «УР-1» and «Радыё 1» are identical. It concerns political and ideological, social and economic, historic and cultural, literature and drama programmes.

Nevertheless, there are some differences in the programming of the abovementioned radiochannels. The programming package of «УР-1» is mostly represented by educational, religious and advertising programmes and also by the programmes for children and youth. This channel did not change the broadcasting strategy for children and youth. This not very attractive audience for the majority of radio stations has an opportunity to listen to new programmes on «УР-1». The negative aspect is the approach to the production and the broadcasting form of programmes for children and youth. There is no interactive communication with youth. There are too many advertising programmes on «УР-1».

The quantity of news, subject information programmes, information and analytical programmes on «Радыё 1» is significantly greater than on «УР-1». The special attention is paid to musical and entertainment programmes. The air package of musical and entertainment programmes is oriented on FM format. The interactive and convergent formats are the priority for «Радыё 1».

The programming principles of «Радыё 1» despite the principles of «УР-1» meet the requirements of time and the audience. One can observe the mobility, dynamism of Belorussia radio. Thus, the programme promotion influences its high rating.

Key words: *First Channel of Ukrainian Radio (УР-1), First National Channel of Belarussia («Радыё 1»), state radio broadcasting, programming.*

Юлія КОЗИР,

аспірант,

Сумський державний університет,

вул. Римського-Корсакова, 2, Суми, 40007, Україна, e-mail: yuliakozyr@yandex.ua

УДК 007 : 304 : 659.3

Україна та Росія як актори в наративах української та російської преси

Дослідження є спробою порівняльного аналізу особливостей представлення українськими та російськими ЗМІ однієї й тієї ж події зі сфери українсько-російських відносин. За основу аналізу взято прийом персоніфікації країн, що постійно використовується журналістами при висвітленні міжнародних відносин.

Ключові слова: *ЗМІ, Україна, Росія, персоніфікація.*

Відповідно до Віденської конвенції про дипломатичні відносини 1961 року, говорити від імені держави мають право глави держав, урядів і міністри закордонних справ, за певних умов – глави дипломатичних

© Козир Ю., 2014

відомств та уповноважені представники [2]. У ЗМІ ж говорити від імені держави має право (хоча й неписане) будь-який автор: для дискурсу мас-медіа такі вживання прийнятні, оскільки він допускає образність, зокрема персоніфікацію, як-от «Росія наполягає», «Україна вирішила».

Цей прийом використовується настільки часто, що його художня роль майже повністю затерлася, проте він не перестав застосовуватися авторами текстів ЗМІ як засіб синонімічного урізноманітнення, завуальювання неповноти зібраного журналістом фактажу (замість імен дипломатів, які домовлялися – «Україна домовилася») чи навіть маніпулювання для об'єднання читачів за національною належністю і громадянством («Єгипет змагається», «Росія внесла пропозицію» замість вказівки на окремі політичні сили чи суспільні групи). Дії, характеристики окремих осіб, організацій, державних інститутів переносяться таким чином на всю країну. Особливо ефективним такий прийом стає при розпалюванні міжнародної ворожнечі: невеличка неточність, яку можна виправдати потребою вжити синонім для милозвучності й можливостю для читача відновити точніший смисл слова з контексту, може коштувати не лише умисно спотвореного знання суспільства про подію, а й навіть, як наслідок, людських життів.

Крім того, таке подання інформації дозволяє відвернути увагу з діяча на дії, «зменшити» відповідальність за вчинки, адже «Україна зазнала поразки в переговорах» – формулювання начебто правдиве і звичне для нашого сприйняття, тому наша увага на ньому зазвичай не акцентується. Воно ж у цей час стає своєрідною «шапкою-невидимкою» для конкретних учасників події.

Отож, персоніфікація країни, з одного боку, може використовуватися з маніпулятивною метою, з іншого, – як пояснює З. Кьовечеш, зображуючи нелюдські сутності як людей, ми невідомо проводимо аналогії із собою і починаємо розуміти об'єкт розповіді трохи краще [20, 56]. Ідеться, звісно, про розуміння художнє, образне, яке не має відношення до розуміння конкретних особливостей переговорних процесів чи механізмів міждержавної взаємодії, пояснити які масовій аудиторії, принаймні, не порушуючи формату й стилістики ЗМІ, надто складно. Повідомлення про подію – це завжди спрощення, і питання полягає в тому, яким саме чином спростити багатовимірну реальність, до яких образів апелювати, щоб бути прийнятним і зрозумілим для аудиторії.

З цього погляду в дискурсі ЗМІ (у тому числі й про міжнародні відносини) можна помітити дві лінії: інформаційну («інформація» у значенні нових даних), яка стосується події-об'єкта висвітлення, і соціокультурну, пов'язану з особливостями інтерпретації події в суспільстві залежно від його культурного фону. Перша – постійно оновлювана й націлена на

інформування, друга – повторювана й слугує для соціалізації. У цьому наша позиція подібна до міркувань А. Кавури, К. Чадхи й К. Джозеф: «Найсуттєвіші ознаки полягають не стільки в інформаційному наповненні, скільки в повторюваності тем, контекстуальному розміщенні новин, в ідеї, що створення [телевізійної] програми здійснюється в особливих соціальних та культурних умовах» (*тут і далі переклад наш. – Ю. К.*) [19, 5]. Або, як писав Дж. Л'юл, мас-медіа «звертаються до людей не лише як до індивідів, не лише як до аудиторій, а як до членів суспільних, громадянських груп» [21, 21]. Отже, має існувати якийсь «спільний знаменник», смислова сфера, яка об'єднує людей – членів певного суспільства з його мовою, історією, традиціями, етнічним складом, релігіями, системою освіти, державним устроєм і т. д.

Описане вище розуміння соціокультурних смислів синонімічне до поняття, яке в англomовній науковій літературі отримало назву «*common sense*». Проте літературний переклад цього виразу – «здоровий глузд» – має інші концептуальні особливості, у ньому відсутнє значення спільності смислу для групи людей, яке є в англomовному варіанті. Прикметник «здоровий» у відношенні до процесів мислення найчастіше асоціюється з правильним, логічним, раціональним тощо. Соціокультурні смисли не обов'язково раціональні, навпаки, їх важко логічно зрозуміти, узгодити між собою і пояснити походження. Зате ними можна раціонально оперувати, будуючи на їх фундаменті ідеології панівних груп.

У чому полягає первєнь «*common sense*» визначити складно, але поза специфікою напрямів своїх шукань усі згадані нами дослідники сходяться на думці, що проявляється соціокультурна винятковість у наративі ЗМІ, а значить, її можна шукати в способах і засобах, використуваних для «розповідання» про подію, у тому числі, і в особливостях персоналізації країн як акторів цих наративів.

Розуміння членами суспільства своєї винятковості й визнання права інших суспільств на власні, близькі їм інтерпретації дійсності важливе як для збереження ідентичності кожного з цих суспільств, так і для їхнього мирного співіснування. Обидві названі проблеми тривалий час були й залишаються актуальними і в українсько-російських відносинах.

Порівняльний аналіз контенту ЗМІ різних країн проводили Д. Галлін, П. Маңчіні, Т. Ван Дейк, Ф. Ессер, Т. Ганич, Б. Добек-Островська, К. Якубович, С. Лінвінгстоун. Зокерма, Т. Ван Дейк порівнював структуру міжнародних новин у близько 100 розвинутих країнах та країнах, що розвиваються, на прикладі висвітлення однієї й тієї ж події (у руслі критичного дискурсу-аналізу). Проблеми відображення міжнародних відносин у ЗМІ вивчали В. Блум, А. Заремба, П. Твардзіш та інші. Серед них праця П. Твардзіша [22] є найближчою до нашої теми, оскільки

присвячена ролі персоніфікації країн у текстах ЗМІ про міжнародні відносини.

Висвітлення українсько-російських взаємин окремо в українських та російських ЗМІ торкалися Л. Василик, І. Філенко, О. Вітер. Водночас специфіка висвітлення українсько-російських відносин українськими та російськими ЗМІ досі не порівнювалася, особливо ж із точки зору персоніфікації країн.

Наше дослідження проведене з метою показати можливий шлях пошуку соціокультурних смислів в інтерпретаціях одних і тих же подій українськими та російськими медіа. Потенційно такі прийоми дозволили б усвідомити, які особливості лежать в основі нашого (як членів певного суспільства) сприйняття події і яким чином ці особливості «обігруються» в ЗМІ.

Об'єктом аналізу стануть наративи українських та російських ЗМІ, присвячених висвітленню однієї й тієї ж події, оскільки порівняння чіткіше проявляє особливості.

Предметом – функціональні характеристики, якими наділялися персоніфіковані Україна та Росія в публікаціях українських та російських ЗМІ.

Матеріалом дослідження обрано публікації п'яти українських («День», «Дзеркало тижня», «Коммерсантъ-Украина», «Україна молодда» і «Урядовий кур'єр») та п'яти російських видань («Коммерсантъ», «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Новая газета» і «Российская газета»). Ці видання відрізняються і за формою власності («Урядовий кур'єр» і «Российская газета» – видання відповідно українського та російського урядів, решта – приватні й належать різним власникам), і за стилем та спрямуванням. Аналіз буде проводитися на основі публікацій, присвячених темі підписання Україною і Митним союзом Меморандуму про поглиблення взаємодії (останні приготування та власне підписання документу відбувалися з 26 по 31 травня 2013 року). Ця подія викликала жваве обговорення як в українських, так і в російських ЗМІ – таким чином, ми очікуємо різноманітності точок зору, на фоні яких спільне і відмінне в трактуваннях буде виразнюватися. Усього було відібрано 28 публікацій: 17 з українських видань і 11 з російських.

Результати дослідження П. Твардзіша, проведеного за матеріалами газет «Newsweek» та «The Economist» показали, що насправді персоніфікованих (у значенні персоніфікації як виду метафори) назв держав не так багато, як здається вченим, які спираються на власні враження, а не на підрахунки – усього 2-5% [22, 4]. Його твердження є інформативним не лише в плані отриманих даних: з погляду звичайного читача дійсно здається, що персоніфікація країн у ЗМІ дуже вживаний прийом.

Можливо, така різниця в цифрах і враженнях наявна тому, що, повторюючись у кожному матеріалі хай навіть один-два рази, персоніфікація таким чином все одно «пронизує» дискурс міжнародних відносин, і ми звикаємо сприймати країну як людську істоту. Разом із тим, як зазначає дослідник, постає проблема розмежування метафори й метонімії, що на практиці зробити непросто і через суперечності в теорії, і через неможливість у багатьох випадках встановити сутність, яка насправді мається на увазі при метонімічному перенесенні [22, 4–5]. Нас же цікавлять не стільки чистота відокремлення метафори, скільки опис України та Росії як учасників українсько-російських взаємовідносин, тому ми взяли за основу класифікацію вживань назви країни, запропоновану П. Твардзішем: імена-учасники (персоніфікація у широкому сенсі, з урахуванням метафор і метонімії) й імена-обставини описуваних подій (країна як місце дії). У цьому дослідженні до уваги береться перша група, а саме функціональні характеристики, які приписують ЗМІ цих держав Україні та Росії.

У текстових фрагментах, відібраних із публікацій щодо підписання Меморандуму про поглиблення співпраці між Україною і Митним союзом, передусім привертає увагу майже повна відсутність Росії як актора в російських ЗМІ, натомість актором у відносинах з Україною є Митний союз, президенти його країн-учасниць, трохи рідше – Москва. Українські ж ЗМІ подають Митний союз як «інструмент» Росії для реалізації її інтеграційних планів і вживають слова Росія і Митний союз приблизно з однаковою частотою. Україна і там, і там активний учасник дій, проте відносно неї в українських та російських ЗМІ існує суттєва різниця: якщо перші схильні розділяти діяльність України і діяльність Києва у значенні «українська влада» (*Україна не змінила курс на євроінтеграцію; В ЄС насторожилися з приводу крену офіційного Києва в бік Росії* [12]), то другі найчастіше вживають слова Україна і Київ синонімічно, наприклад: *Резони для того, чтобы из всех сил сражаться за присоединение Киева, известны* [9]. При цьому, розділяючи Україну і її владу, українські видання ототожнюють Росію, Москву, Кремль й почасти Митний союз: *Росія називала такий підхід неприйнятним. Тепер, як видно, Москва дала «добро»* [17]. Можна помітити тенденцію при висвітленні відносин своєї країни з іншою ототожнювати владу, окремих представників іншої країни із самою країною, водночас розрізняючи «дійових осіб» з боку своєї країни.

Російські ЗМІ в аналізованих матеріалах ставлять Україну в позицію активного діяча. Виходить, ніби самій Росії не принципово, буде Україна інтегруватися в Євразійський економічний простір чи ні: *...колеги высказали Виктору Януковичу много предложений и замечаний,*

связанных с интеграцией Украины уже хоть куда-нибудь [6]. Вона лише надає можливості, якими Україна, якщо захоче, може скористатися. Росія «предоставляет» блага, «предостерегает» від певних дій, або «приветствует» певні кроки – узагальнено кажучи, надає і регулює.

*Очікується, що співпраця з Україною принесе забагато клопоту, тому в сьогоднішній ситуації «пострадянські республіки» можуть знайти собі більш вигідного партнера: *Гипотетическое членство Украины в ТС способно затормозит, если не заблокировать вовсе, развитие всего проекта. ... Участие в общем экономическом объединении – не единственная форма сотрудничества постсоветских республик с Украиной, рыночная экономика дает и другие возможности. В числе которых и наиболее радикальная – найти других более удобных и выгодных партнеров, чем Киев [9].**

*У відносинах із Україною Росія керується бізнес-логікою, спрямованою суто на прибуток: *...Валерий Язев не исключает уступок Украине, если перед Россией станет выбор – потеряет украинский рынок или останется на нем, снизив цены. ... Он [«Газпром»] держит для Украины высокую цену и получает нормальную прибыль. Такая бизнес-логика свойственна торговле не только газом [7].**

*Якщо Росія керується своїм прагматичним інтересом, то Україна «змушена» діяти під тиском власних проблем в економіці, при цьому відсутні прямі згадки, що ситуація значною мірою спричинена високими цінами на російський газ: *Бюджет страны не выдерживает нынешних расходов на энергоносители [10]. [Внезапный приезд Виктора Януковича к Владимиру Путину] ...следствие незавидного экономического положения Украины [1].**

*Під тиском внутрішніх проблем Україна «стремится», «желает», «решает присоединиться», «выражает заинтересованность в получении статуса наблюдателя». Журналісти і цитовані ними особи підкреслюють *«стремление Украины быть ближе к интеграционным процессам», «намерение Украины войти в этот союз» [4], «намерение Украины стать наблюдателем в восточной организации» [6], «желание Украины вернуться в Евразийский интеграционный процесс», «намерение работать в существующих структурах» [8].* Такі формулювання акцентують увагу на власній мотивації України брати участь в євразійській інтеграції і відсутність тиску з боку Росії.*

*Україна постає найчастіше як отримувач усіляких переваг і нових можливостей від Росії, оскільки така її «політична психологія» – іти туди, де більше дають, що й змушує її «метатися», «лавірувати», «маневрувати» між сусідніми об'єднаннями: *Украине [в ЕС] в очередной раз посулили финансирование модернизации газотранспортной системы**

(ГТС), ...поддержку в переговорах с «Газпромом»... [5]. Политическая психология Украины нацелена на постоянное маневрирование между крупными соседями с целью получения наибольших дивидендов [9].

Хоча в російських ЗМІ стверджується, що Росія не йде на поступки Україні й керується власними (невідомими журналістам) інтересами, але меморандум у них розцінений як привілей України: *Таким образом, Украина имеет шанс стать наблюдателем в декабре 2013-го. Это дает Виктору Януковичу возможность маневрировать до последнего, то есть, по крайней мере, до саммита ЕС. И президенты трех стран, собравшиеся вчера в Астане, дают ему эту возможность, преследуя, очевидно, свои цели [6]. Формально существующие на сегодня договоренности сводятся к тому, что Украина еще до получения статуса наблюдателя сможет назначить своего представителя в правом совещательного голоса в ТС, получит доступ ко всем документам и проектам решений, сможет участвовать в работе Евразийской экономической комиссии на всех уровнях [4].*

На протигагу російським, в українських ЗМІ підкреслюється, що Меморандум дає замало або зовсім нічого і насправді є «порожнім» документом. У твердженнях про це переважають негативні, обмежувальні формулювання (зі словами «тільки», «лише»): *Документ – і це суттєво – не передбачає отримання Україною статусу при МС – він тільки передбачає можливість отримання Києвом статусу... [12]. Україну можуть ознайомити тільки з тими з них, які не містять «інформації обмеженого поширення»... Україна не зможе бути присутньою на всіх засіданнях Комісії... Не зможе Україна, як передбачалося раніше, одержувати усі документи і рішення ЄЕС, Комісії та її органів [14]. Україна отримує лише деякі права, але їх виконання не гарантується другою стороною. ... Україну будуть допускати тільки на відкриті засідання при відсутності заперечень країн – членів ТС [13]. Впадає у вічі негативна оцінка фактів не стільки через недоотримання, скільки через те, що Україну ставлять у певну залежність: у цих формулюваннях вона переважно поставлена в пасивний стан.*

Принципове питання як для українських, так і для російських ЗМІ – хто кому диктує свою волю і чи наявний тиск взагалі. У той час як російські ЗМІ пишуть про зроблені Україною під впливом несприятливих економічних обставин поступки Росії, українські видання застосовують іншу лексику для називання цих дій: *...Київ уже фактично погодився на двосторонній – українсько-російський – консорціум з управління нашою ГТС, очікуючи взаємін зниження ціни на газ [11]. Україна погодилася віддати ГТС в обмін на знижку за російський газ...; Київ готовий на умови російської сторони; Україна погодилася на передачу ГТС в управ-*

лілля Росії [15]. З позиції українських ЗМІ Росія намагається не стільки отримувати щось, скільки контролювати, і можливість контролю Росії над Україною визнається найгіршим наслідком будь-яких українсько-російських домовленостей. Підкреслюється, що Україна сама проявляє ініціативу, її не змушують обставини, вона з певних причин погоджується на поступки, проявляє ініціативність: *Україна шукає можливі формати співпраці з Митним союзом і має намір отримати статус спостерігача в цій організації... [3]. ...це перемога України, яка домоглася свого і фактично буде співпрацювати з Митним союзом у форматі «3+1»... [16]. Те, що в російських ЗМІ поійменовано маневруванням, в українських описується так: влада намагається вести політику назустріч Москві та Брюсселю; Україна стає модератором зближення ЄС і ЄврАзЕС [16].*

На основі отриманих даних можна зробити висновок, що в ЗМІ обох соціокультурних середовищ дилема «своя воля» – «примус» в українсько-російських відносинах виявляється базовою, з тією різницею, що в російській пресі увага звернена на вміння Росії діяти прагматично, утримуючись від тиску, і на активність України під гнітом її внутрішніх проблем, а в українських – на вміння України проявляти ініціативу та діяти з власної волі й на прагнення Росії взяти Україну під контроль, обмежити її «рух» у західному напрямку.

Інший важливий аспект – це проблема «надання» – «отримання». Як в українських, так і в російських газетах найчастіше згадуваною дією України було «отримання», у Росії – «надання». У той час як Росія «надає можливості» (купляти газ дешевше, брати участь у Митному союзі), Україна, відповідно до українських видань, «поступається контролем над собою» (тут, знову-таки, з'являється питання своєї волі та примусу). Між ними бачиться лише такий обмін і, як зазначено в російських ЗМІ, можливість домовитися, якщо не втручатиметься третя сторона.

Ці дві опозиції – функціональні характеристики Росії та України в російських і українських ЗМІ – можна зобразити такою схемою:

	Росія (частково) і Україна в українських ЗМІ		
Росія в українських ЗМІ (частково); Росія в російських ЗМІ	Діє зі своєї волі	Отримувач	Україна в російських ЗМІ
	Надавач	Діє з примусу	

У схемі характеристики кожного з акторів містяться у двох найближчих чарунках, об'єднаних чарункою з іменем цього актора.

Подальша перевірка й уточнення цієї схеми можуть здійснюватися на основі аналізу публікацій, присвячених висвітленню інших подій зі сфери українсько-російських відносин. Додатковим способом її доопрацювання могло б стати застосування актантної моделі А. Ж. Греймаса до персоналізованих образів України та Росії.

Маємо зауважити, що ми погоджуємося з думкою Дж. Джонса, що «ці наративи [ЗМІ] лише починають дискусію, яку потім продовжують аудиторії», вступаючи в обговорення між собою [18, 35]. Отримані дані не свідчать, що описані уявлення в такому ж вигляді засвоюються аудиторіями, вони можуть свідчити лише, що розповідь саме з таких точок зору ближча цим аудиторіям для розуміння.

1. *Базак О.* О чем втайне говорили Путин и Янукович? / Олег Базак // Московский комсомолец. – 2013. – 28 мая. – С. 3.

2. *Віденська* конвенція про право міжнародних договорів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/995_118

3. *Диктату «труби» не передбачається* // Урядовий кур'єр. – 2013. – 29 травня. – № 94 (4980). – С. 1.

4. *Ивженко Т.* Киев подпишет с Таможенным союзом временный меморандум / Татьяна Ивженко // Независимая газета. – 2013. – 31 мая. – № 108 (5872). – С. 1.

5. *Ивженко Т.* Консорциум на двоих / Татьяна Ивженко // Независимая газета. – 2013. – 28 мая. – С. 6.

6. *Колесников А.* Виктор Янукович выбирает между Советом и Союзом / Андрей Колесников // Коммерсантъ. – 2013. – 30 мая. – № 91. – С. 7.

7. *Корба Г.* Тур выходного дня / Галина Корба, Юрий Панченко, Олег Гавриш, Михаил Серов // Коммерсантъ-Украина. – 2013. – 27 мая. – № 84 (1787). – С. 1.

8. *Латухина К.* От тройки к пятерке / Кира Латухина // Российская газета. – 2013. – 30 мая. – № 6090 (114). – С. 2.

9. *Лукьянов Ф.* Расширение против углубления / Федор Лукьянов // Российская газета. – 2013. – 29 мая. – № 6089. – С. 8.

10. *Мусафиров О.* На ковер, без галстука / Ольга Мусафировова // Новая газета. – 2013. – 28 мая. – С. 5.

11. *Патиківський Ю.* Люб'язність на курорті / Юрій Патиківський // Україна молода. – 2013. – 28 травня. – № 075. – С. 2.

12. *Росія вже лякає* // Україна молода. – 2013. – 6 травня. – № 079. – С. 2.

13. *Сидоренко С.* Между Союзом и Советом // Сергей Сидоренко, Андрей Колесников // Коммерсантъ-Украина. – 2013. – 30 мая. – № 87 (1790). – С. 1.

14. *Силіна Т.* Інтригація / Тетяна Силіна // Дзеркало тижня. – 2013. – 31 травня – 7 червня. – № 19. – С. 1.

15. *Сірук М.* Про що домовилися Путін і Янукович в Сочі? / Микола Сірук // День. – 2013. – 28 травня. – № 89. – С. 3.

16. *Сірук М.* Що означає сьогоднішній меморандум? / Микола Сірук // День. – 2013. – 31 травня. – № 92. – С. 3.

17. *Така* євразійська весна // Україна молода. – 2013. – 30 травня. – № 077. – С. 2.

18. *Johnes J.* Entertaining Politics : Satiric Television and Political Engagement / Jeffrey P. Jones. – Lanham, ML: Rowman and Littlefield Publishers, 2010. – 316 p.

19. *Kavoori A. P.* Transnational Cultural Studies and International News : Some Research Questions / Anandam P. Kavoori, Kalyani Chadha, Christina Joseph // The Global Dynamic of News: Studies of International News Coverage and News Agendas / edited by Abbas Malek, Anandam P. Kavoori. – Stamford, CT : Ablex Publishing Corporation, 2000. – P. 3–12.

20. *Kövecses Z.* Metaphor : A Practical Introduction / Zoltán Kövecses ; exercises written by Szilvia Csábi... [et al.]. – 2nd ed. – New York, NY : Oxford University Press, 2010. – 376 p.

21. *Lule J.* Daily News, Eternal Stories : The Mythological Role of Journalism / Jack Lule. – New York, NY : The Guilford Press, 2001. – 245 p.

22. *Twardzisz P.* The Language of Interstate Relations : In Search of Personification / Peter Twardzisz. – New York, NY : Palgrave MacMillan, 2013. – 256 p.

Украина и Россия как актеры в нарративах украинской и российской прессы

Юлия Козырь, аспирант

Исследование является попыткой сравнительного анализа особенностей представления украинскими и российскими СМИ одного и того же события, относящегося к сфере украинско-российских отношений. Основой анализа стал прием персонификации стран, постоянно используемый журналистами при освещении международных отношений.

Ключевые слова: СМИ, Украина, Россия, персонификация.

Ukraine and Russia as Actors in the Ukrainian and Russian Press Narratives

Yuliya Kozyr,

Sumy State University,

2, Rimsky-Korsakov St., Sumy, 40007, Ukraine, e-mail: yuliakozyr@yandex.ua

This investigation is an attempt to analyze comparatively the way Ukrainian and Russian mass media present the same event from the sphere of Ukraine-Russian relations. The case is to show possible ways of identifying sociocultural meanings used by the news organizations to explain the same events for different societies as it may be important for solving interpretational conflicts between societies. As many scientists conclude that sociocultural differences are engaged into narrative

structure of the newspaper article the author proposes to consider the state personifications of Ukraine and Russia as the main characters of those narratives. That's why the narratives of five Ukrainian and five Russian newspapers, namely functional characteristics of personified Russia and Ukraine, have become the object of this study.

The data gathered have shown that Russia is almost excluded as an actor in Russian newspapers. Instead of it, the Customs Union, presidents of its states, and Moscow are those who interact with Ukraine. Ukrainian media present the Customs Union as Russia's (as an actor) tool for an integration project implementation.

It was also concluded that both sociocultural spaces deal with the dilemma «inner will» – «forcing» when speaking about Ukrainian-Russian relations. The only difference is that Russian press emphasizes Russia's wholly pragmatic motivation and using no force for partners. Ukraine tends to act and make concessions exclusively because of its inner problems. At the same time Ukrainian newspapers insist on Ukraine's ability to act initiatively and independently and on Russia's ambition to constrain its moving towards the European Union.

Key words: mass media, Ukraine, Russia, personification.

Світлана КРАВЧЕНКО,

УДК 007 : 304 : 070

д. н. соц. ком., проф.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
просп. Волі, 13, м. Луцьк, 43025, Україна, e-mail: post@univer.lutsk.ua

Юзеф Лободовський

— речник польсько-українського діалогу

У статті розглядаються сторінки біографії, публіцистичної та літературної творчості польського письменника Ю. Лободовського, присвячені Україні. Авторка представляє ті життєві фактори, які вплинули на зацікавлення митця українською історією та культурою, показує основні ідеї його публіцистики та художньої творчості, з яких постає цілісний образ України та думка про необхідність польсько-українського порозуміння і співпраці в усіх сферах суспільного життя.

Ключові слова: публіцистика, поезія, проза, художній переклад, польсько-український діалог, культурне пограниччя.

Юзеф Лободовський – малознана постать для українців, забута поляками в їх радянський період історії. Однак в останні десятиліття, завдяки зусиллям вчених обох країн, його ім'я повертається в історичну свідомість народів.

© Кравченко С., 2014