

жем видеть зачатки протосоциологической мысли, начавшие формироваться в Древнем Китае задолго до появления официальной науки.

### **Библиографический список:**

1. *Кобжицкая, О.Г.* Терминология и концепты классических философских школ Китая [Текст] / О.Г. Кобжицкая // Азиатско-Тихоокеанский регион: диалог языков и культур: сб. научных докладов международной конференции (20-31 января 2007 г.) / сост. О.М. Готлиб. – Иркутск: ИГЛУ, 2007. – С. 120-127.
2. *Кремнев, Е.В.* К вопросу о китайской протосоциологии (на материале трактата «Сюнь-цзы») [Текст] / Е.В. Кремнев // XX Международная научная конференция «Китай, китайская цивилизация и мир. История, современность, перспективы» (16-18 октября 2013 г.). – М., ИДВ РАН, 2013.
3. *Социология: Учебник для вузов* [Текст] / В.Н. Лавриненко [и др.]; под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 407 с.
4. *Терехова, Н.В.* Символ-хронотоп «чжун (中)» в китайской философской традиции [Текст] / Н.В. Терехова // Вестник ИГЛУ. – 2012. – №4. – С. 103-108.
5. *Феоктистов, В.Ф.* Философские трактаты Сюнь-цзы. Исследование. Перевод. Размышления китаевода [Текст] / В.Ф. Феоктистов. – М.: Наталис, 2005. – 432 с.
6. *Шишмарева, Т.Е.* Китайская сюньгусюе (训诂学) как наука [Текст] / О.М. Готлиб, Т.Е. Шишмарева // Вестник Красноярского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2006. – № 3. – С. 177-181.
7. *荀子. 荀子王制* [Электронный ресурс] / 荀子. – 2012. – URL: <http://www.wenyanhanyu.com/xunzi/7445.html> (дата обращения: 17.02.2014).

### **Салангина Екатерина Сергеевна**

Учитель английского языка МБОУ г. Иркутска СОШ № 68

Магистрант кафедры китаеведения ФГБОУ ВПО «ИГЛУ», Иркутск, Россия

**УДК 81.00**

**ББК 81.00**

### **ОСОБЕННОСТИ СПОСОБОВ МЕДИАТИЗАЦИИ КОНТЕНТА О РОССИИ В ЮЖНОКОРЕЙСКОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ**

*В данной статье предпринимается попытка раскрыть предметно-информативную и концептуально-оценочную составляющие медиатизации предметной сферы России в корейском медийном дискурсе. На основе контент-анализа корпуса медиатекстов систематизируются структурно-носители информации, определяются особенности способов передачи информации, к которым относятся точечная локализация события, бинарность информационной структуры, прямое цитирование, персонализация событийного контента.*

**Ключевые слова:** *медиакартина мира; предметная сфера России; южнокорейский медиадискурс; способы медиатизации*

## PECULIARITIES OF THE WAYS OF THE MEDIATIZATION OF THE CONTENT ABOUT RUSSIA IN THE SOUTH KOREAN MEDIA DISCOURSE

*The article attempts to reveal subject-informative, conceptual and axiological parts of the content of the mediatization the subject matter of Russia in the Korean media discourse. By the content analyzing of the corpus of the texts, we attempt to systematize the structures of the data carriers, define the features of the ways of the information transfer, among them are the exact localization of the event, the binary of the information structure, the direct quotation, the personalization of the event-content.*

**Key words:** *the media world picture; the subject matter of Russia; the South Korean media discourse; the ways of the mediatization*

В современном информационном обществе содержание и структурирование информации способствует конструированию медиакартины мира, являющейся символической по своей природе и вторичной по отношению к картине мира, формирующейся на основе отражения первичной, онтологической реальности. Информация о России составляет один из компонентов информационных потоков в современных корейских СМИ, как печатных, так и электронных.

Изучение представления информации о России и россиянах извне и изнутри, в различного типа дискурсах становилось объектом анализа в работах общего и специального характера. Установлены характеристики национального образа России в философско-культурологическом аспекте [Борисенко, 2008]; имидж современного российского государства [Быба, 2008]. Определены основные стереотипы в репрезентации России и россиян в параметрах определенной картины мира [Зарезина, 2004]; установлен метафорический образ политической России начала XXI в. на материале англоязычных сайтов [Антипина, 2009], образ постсоветской России в немецком еженедельном иллюстрированном журнале «Шпигель» [Черненко, 2009].

Вместе с тем, анализ репрезентации образа России и российской действительности ограничивался в основном европейским коммуникативным пространством. В условиях глобализации мира и возрастающей роли России как евразийской страны, важным становится анализ способов и закономерностей медиатизации России в СМИ азиатского региона, в частности, в корейском медийном пространстве. Актуальность разработки темы, таким образом, определяется важностью установления способов медиатизации содержания – контента, влияющего на формирование определенного образа России и, как следствие, соответствующего оценочного фрагмента медиакартины мира корейцев. Объектом анализа являются медиатексты южно-корейских СМИ, в которых передается информация о России и российской действительности. Предметом анализа являются структуры медиа-текстов как носители информации, отражающей знания и оценки медиаторов о предмете медиатизации. Материалом исследования выступают тексты корейских СМИ, тематически относящиеся к предмет-

ной сфере России, отобранные методом сплошной выборки за период от 28.11.2013 до 5.12.2013 и от 14.03.2014 до 20.03.2014 из интернет-версий корейских газет *조선 일보* и *한국 일보*. Корпус эмпирических данных составляет 46 текстов.

Задачей статьи является контент-анализ корпуса медиатекстов и выявление способов структурирования контента при передаче информации о России и российской действительности в корейском медийном пространстве.

Теоретической основой для изучения медиатекстов как носителей определенного содержания информации являются:

1. Положение о том, что речь следует рассматривать как проводник информации. В этом плане А.А. Потебня сравнивал речь с прозрачным стеклом, за которым виден окружающий нас мир. Согласно Н.И. Жинкину, смысл сообщения имеет двойственную природу: он рождается на грани лингвистических значений и их психологической интерпретации в конкретных темах сообщения [Жинкин, 1982]. С этой точки зрения речевые структуры целостных текстов рассматриваются как носители знания и оценки в коммуникации, в том числе в медийной коммуникации, реализуемой через дистанционный и технологический канал связи.

2. Положения медиалингвистики и положения о медиадискурсе, касающиеся эффектов воздействия информации на картину мира адресата. Начало изучению эффектов медиавоздействия положили работы американских социологов Г. Лассуэлла и П. Лазарсфельда, которые в 1950-е гг. впервые сформулировали основные принципы влияния СМИ на массовую аудиторию. Г. Лассуэлл определил эффект воздействия масс-медиа с помощью «теории волшебной пули», которую коммуникатор направляет в сознание реципиента, где она незамедлительно изменяет идеи, чувства, а главное, мотивацию последующих действий. При этом потребитель массовой информации рассматривался как пассивный и незащитный участник коммуникативного акта [Науменко, 2005].

Особую важность в этой связи приобретает изучение медийного дискурса. Понятие медиадискурса является производным от общей концепции дискурса. Согласно Т.Г. Добросклонской, медиадискурс – это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия [Добросклонская, 2006].

Под медиатизацией понимается ментально-когнитивный результат воздействия масс-медийного полисемиотического, полимодального продукта на мышление индивида, выражающегося в формировании картины мира посредством присвоения им специфически медийных вербально-авербальных когнитивных структур познания и представления реальности [Рогозина, 2003]. Под когнитивами понимаются структуры медиатизации в их качестве носителей определенного рода информации.

Когнитивы – структуры медиатизации – могут иметь разные функции, в зависимости от того, какую информацию они передают. Когнитивы могут передавать фактологическую (информационно-репрезентативную) информацию о фактах, событиях, лицах (актантах – участниках ситуаций и акторах – субъек-

тах событий). Когнитивы, передающие фактологическую информацию, проявляются как тематические константы медиатизации контента. Кроме этого, когнитивы могут передавать концептуально-оценочную информацию, отражающую собственную позицию медиатора. Уточним, что положение о двух типах передаваемой информации в тексте обосновано И.Р. Гальпериным [Гальперин, 1981]. Когнитивы, передающие оценочную информацию, проявляются как переменные контента, зависящие от позиции данного медиатора.

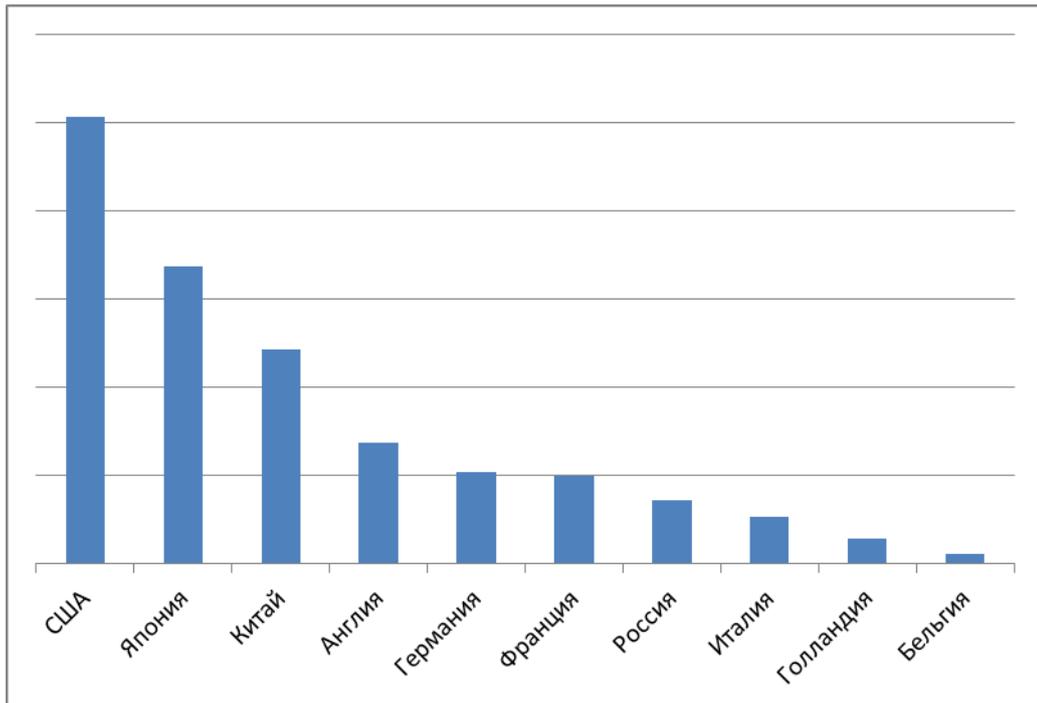
3. Методологические положения контент-анализа. Сущность контент-анализа заключается в том, чтобы по внешним – количественным – характеристикам текста на уровне слов и словосочетаний можно сделать правдоподобные предположения о его плане содержания, и, как следствие, сделать выводы об особенностях мышления и сознания автора текста – его намерениях, установках, желаниях, ценностных ориентациях и т.д. [Баранов, 2001]. Контент-анализ принимается в качестве ведущего метода в нашем анализе, направленном на выявление основных характеристик медиатизации информации о России в корейских СМИ.

Прежде всего, контент-анализ корпуса отобранных текстов позволил установить частотность употребления лексических маркеров – слов, отсылающих к референту – России и российской действительности, что в обобщенном виде представляется в таблице.

Частотность употребления маркеров контента о России и российской действительности

| Лексические маркеры тематической области России | Перевод  | Частотность |
|---|--|-------------|
| 러시아   | Россия, российский   | 320         |
| 블라디미르 푸틴 러시아 대통령이                               | Президент России Владимир Путин                                | 164         |
| 소치 동계올림픽  | Олимпийские игры в Сочи  | 28          |
| 러시아 천연가스 한국으로 수출                                | Экспорт российского газа в Южную Корею                         | 12          |
| 러시아 루블  | Российский рубль   | 18          |
| 크림자치공화국 러시아와 합병을 결정하는 주민 투표                     | Референдум о присоединении Автономной республики Крым к России | 36          |
| 미국과 유럽으로부터 일련의 조치                               | Ряд санкций в отношении России со стороны США и ЕС             | 19          |
| 세르게이 라브로프 러시아 외무장관                              | Министр иностранных дел России Сергей Лавров                   | 8           |
| 우크라이나 국경 부근에서 대규모 군사 훈련                         | Военные учения недалеко от границы с Украиной                  | 7           |
| 크림 반도에 대한 지배력을 높이기 위한                           | Усиление контроля России над Крымом                            | 5           |

Как видим из таблицы, наряду с общим значительным количеством номинации страны выделена по частности информация о президенте РФ, об актуальных политических событиях. Частотной оказывается также тема энергетического взаимодействия Южной Кореи и РФ. Для того чтобы установить значимость информационного потока о России в целостном медийном пространстве, осуществляется сравнительный контент-анализ на материале интернет-версий корейских газет *조선 일보* и *한국 일보* за период от 14.03.2014 до 20.03.2014. Результаты данного сравнительного анализа обобщены на рисунке.



Относительная частность передачи контента о России по отношению к передаче контента о других странах

Как показывает исследование материала, в контенте превалирует фактологическая информация о России. Семьдесят процентов тематических маркеров предметной сферы «Россия» – когнитивы, выполняющие репрезентативную информирующую функцию. В фокусе внимания оказывается событийная информация: в новостном дискурсе медиатизируются значимые события политической, экономической, спортивной, региональной сфер в России и в диалоге Россия – Корея.

Раскроем более детально характеристику выделенных двух типов информационных структур-когнитивов, опираясь на способы языкового кодирования информации и значение выражаемого таким образом содержания.

В общем корпусе данных выделяются, прежде всего, когнитивы – структуры номинации. Номинация как способ именованья и представления объекта действительности в процессе медиатизации опирается на степень его известности, на структуры знания и оценки, которые уже существуют в коллективном

сознании; вместе с тем, номинация позволяет вводить новые знания о референте. В нашем корпусе примеров выявляются следующие когнитивы-номинации:

1) **этноним-топоним, наименование страны:** 러시아 'Россия, российский'; при этом встречается аббревиация – первый слог этнонима 'Россия' 러 – 'Россия';

2) **имена собственные для обозначения лиц-«персоналий» и коллективных акторов российской действительности:** а) политических деятелей : 블라디미르 푸틴 러시아 대통령 'президент России Владимир Путин', 푸틴 정부는 'правительство Путина', 러시아 당국 'российские власти'; б) деятелей спортивного, культурного, экономического пространства: 봅슬레이 선수 표트르 마카르추크가 'бобслеист Петр Макачук', 로만 오신 소치 동계올림픽 성화봉송 행사 주최측 대변인은 'пресс-секретарь организаторов эстафеты олимпийского огня Роман Осин', 러시아 우주비행사 'российские астронавты',

3) **развернутые номинативные структуры, репрезентирующие события:** 소치 동계올림픽 성화봉송 주자가 성화 'эстафета олимпийского огня в преддверии зимней олимпиады в Сочи', 소치올림픽 'Зимняя олимпиада в Сочи'; 우크라이나의 크림자치공화국에서 러시아와 합병을 결정하는 주민 투표는 'референдум о вхождении Автономной республики Крым в состав России';

4) **топонимы – номинации мест России:** 시베리아 도시 아바칸 'сибирский город Абакан', 마이칼 호수 'озеро Байкал', 모스크바 'Москва', 붉은 광장 'Красная площадь', 소치 'Сочи', 흑해 리조트 'черноморский курорт'; 트란스니스트리아 'Приднестровье'; 크림 'Крым';

5) **названия организаций и компаний:** 러시아 뉴스 웹사이트 라이프뉴스 'российский новостной сайт Lifenews', 'два российских самолетостроительных предприятия «МиГ» и «Сухой»', 사할린의 천연가스 생산 회사인 사할린에너지 'компания «Сахалин Энерджи», добывающая газ на Сахалине',

б) **названия реалий** российской действительности: 러시아 자국 화폐 루블 'российская национальная валюта, рубль', 키릴문자 'кириллица'.

Событийный аспект раскрывается более полно в когнитивах пропозиционального характера: 사할린 에너지는 연간 150 만톤의 LNG(액화천연가스)를 한국가스공사에 공급하고 있다 «Сахалин Энерджи» ежегодно поставяет Корея Гэс Корпорэйшн полтора миллиона тонн сжиженного природного газа'; 우크라이나의 크림자치공화국에서 러시아와 합병을 결정하는 주민 투표는 오는 16 일(현지시각) 실시된다 '16 марта состоится референдум о вхождении Автономной республики Крым в состав России'.

Систематизация тематических констант позволяет сделать следующий вывод: Россия является достаточно аттрактивной зоной медиации – новостным источником, который мотивирует постоянный тематический мониторинг событийной «актуальной повестки дня». Наиболее частотными являются следующие предметные области: политические события в сфере международной деятельности с участием России, сфера региональной энергетики, сфера продуктивного

экономического сотрудничества, состояние российской финансовой сферы, спорт, мода. Вырисовывается своеобразная «Карта России» в корейском медийном пространстве, на которой присутствуют: брендовые, хорошо известные места (Красная площадь, Санкт-Петербург); регионы, соседствующие или близкие с Кореей (Сахалин, Байкал); места, где проводятся крупные международные мероприятия (Сочи); места необычных событий (Челябинск, место падения метеорита); места, где происходят стратегически значимые для мирового сообщества политические события (Приднестровье, Крым).

Представлена и «Россия в лицах»: действующая государственная политическая элита (В. Путин, Д. Медведев, С. Лавров, Д. Рогозин, Э. Набиуллина); российские спортсмены (Петр Мкарчук); российские миллиардеры (Роман Абрамович), всемирно известные россияне (А. Чехов), представители мира моды, шоу-бизнеса (Наталья Водянова); олимпийские чемпионы (Виктор Ан, Аделина Сотникова, Юлия Липницкая, Евгений Плющенко). В контенте олимпийских игр неоднократно упоминается имя российского спортсмена, олимпийского чемпиона (корейца по происхождению) Виктора Ана. При медиатизации концептуально-оценочной информации реализуется стратегия валоризации. Для реализации валоризации используется метафора '쇼트트랙 황제' '«король шорт-трека»'.

Одним из отличительных способов медиатизации является прямое цитирование речей политиков, а не их пересказ, чреватый возможной фальсификацией. Приведем примеры: *러시아 대통령이 본국의 천연가스를 한국으로 수출하겠다는 'по словам президента России, страна намерена экспортировать газ в Южную Корею'*.

Прослеживается также такая особенность медиатизации, как бинарность структур – наряду с введением объекта медиатизации дается уточняющая информация:

– *사할린에너지/사할린의 천연가스 생산 회사인 '«Сахалин Энерджи/добывающая газ на Сахалине»'*;

– *소치/흑해 리조트 'Сочи/черноморский курорт'*;

– *루블/러시아 자국 화폐 'рубль/российская национальная валюта'*;

– *아바칸/시베리아 도시 'Абакан/Сибирский город'*;

– *라이프뉴스/러시아 뉴스 웹사이트 'Lifenews/российский новостной сайт'*.

Отличительным способом медиатизации является персонализация контента, указание на личность акторов событий и деятельности, точность информации, ее привязка к месту и времени: *27 일 봅슬레이 선수 출신 포트르 마카르추크가 시베리아 도시 아바칸에서 군중 사이로 성화 봉송을 하던 중 상의에 불이 붙었다 '27 октября бобслеист Петр Макачук зажег чашу олимпийского огня в сибирском городе Абакан'*; В то же время, контент-анализ выявляет и концептуальную, оценочную информацию о передаваемых тематических константах. Одним из способов медиатизации концептуально-оценочной информации является валоризация (повышение ценностного статуса) отдельных объектов российской реальности. Валоризация реализуется с помощью:

превосходной степени качественных прилагательных (4 개월 간 올림픽 사상 가장 긴 여정의 6 만 5000 km 성화 봉송을 진행하고 있; эпитетов (화끈한 보상을 'горячее вознаграждение'); сравнений и качественных наречий (밴쿠버동계올림픽 때와 비교해 상당히 늘어난 금액이다 'по сравнению с Олимпиадой в Ванкувере вознаграждение спортсменам значительно увеличилось'). Противоположным способом медиатизации концептуально-оценочной информации является стратегия девалоризации (снижение статуса в оценочном отношении) России и отдельных объектов российской реальности. Для реализации девалоризации используются оценочные квалификации (러시아 중앙은행의 루블화 공식 기호 제정은 경제 혼란과 하이퍼인플레이션으로 손상을 입은 루블화 이미지를 개선하겠다는 목적이라고 로이터는 풀이했다 'ЦБРФ принял решение ввести официальный символ российского рубля для того, чтобы поднять авторитет пострадавшего от экономического кризиса и гиперинфляции рубля').

Таким образом, медиатизация контента о России в корейском медийном пространстве характеризуется преобладанием не оценочной, а фактологической, событийно насыщенной информации, которая опирается на уже существующие знание и оценки, и несёт важные уточняющие данные. Персонализация, точность информации, бинарность информационных структур, прямое цитирование способствуют успешному восприятию информации и ее запоминанию, расширяют представление о России, способствует обогащению картины мира, фрагментом которой является Россия.

#### **Библиографический список:**

1. Баранов, А.Н. Введение в прикладную лингвистику [Текст]: учеб. пособие / А.Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
2. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования [Текст] / И.Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 138 с.
3. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь [Текст]: учеб. пособие / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 264 с.
4. Жинкин, Н.И. Речь как проводник информации [Текст]: монография / Р.Г. Котов. – М.: Наука, 1982. – 157 с.
5. Рогозина, И.В. Медиакартинка мира: когнитивно-семиотический аспект [Текст]: дис.... д-ра филол. наук: 10.02.19/ И.В. Рогозина. – Барнаул, 2003. – 201 с.
6. Рогозина, И.В. Функции и структура медиакартинки мира [Текст] / И.В. Рогозина // Методология современной психолингвистики: сб. статей. – М.: Изд-во ИЯ РФ, 2003. – С. 121-137.
7. Спиркин, А.Г. Философия [Текст]: учебник / А.Г. Спиркин. – М.: Гардарики, 2006. – 736 с.

**Самарина Анна Сергеевна**

Магистрант второго года обучения ФГБОУ ВПО «ИГЛУ», Иркутск, Россия