

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный
технический университет»

На правах рукописи

Матвеев Никита Алексеевич

**Образ современного и будущего Дальнего Востока
России в зарубежных средствах массовой информации**

Направление подготовки

45.04.02 «Лингвистика»

АВТОРЕФЕРАТ
МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

2017



Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре
государственный технический университет»

Научный руководитель

кандидат филологических наук,
доцент Шушарина Галина Алексеевна

Рецензент

кандидат филологических наук,
доцент Красноперова Юлия
Валерьевна, заведующий кафедрой
«Первый иностранный язык и
переводоведение» ФГБОУ ВО
«Амурский гуманитарно-
педагогический государственный
университет»

Защита состоится «26» июня 2017 года в 13 часов 30 мин на заседании государственной экзаменационной комиссии по направлению подготовки 45.04.02 «Лингвистика» в Комсомольском-на-Амуре государственном техническом университете по адресу: 681013, г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27, ауд. 308/4.

Автореферат разослан «19» июня 2017 г.

Секретарь ГЭК



О.И. Лопатина

Общая характеристика работы

Россия как одна из лидирующих стран на политической арене мира, ее культура, общественная жизнь, история всегда привлекала внимание жителей других государств. Поэтому формирование положительного имиджа страны является немаловажным фактором при взаимодействии различных культур и складов мышления. Однако, в виду текущей геополитической ситуации – религиозных столкновений, военных и межэтнических конфликтов, расизма и других негативных форм взаимодействия – в мире возрастает проблема успешного формирования имиджа страны. Кроме вышеперечисленного, культурные, исторические, этнические, социально-психологические и иные факторы мировоззрения могут значительно различаться у представителей разных культурных и языковых сообществ и, как результат, могут оказывать значительное влияние на создание образа России и в частности Дальнего Востока.

Благодаря появлению новых технических средств, форумов, блогов, электронных журналов и информационных порталов у правящих кругов появилась возможность искусственного формирования образа через создание ряда текстов разной тематической направленности. В рамках исследования мы рассматриваем средства языковой репрезентации образа Дальнего Востока России и факторы, которые непосредственно влияют на формирование представлений о Дальнем Востоке у читателей зарубежных СМИ на материале японских, китайских и английских статей массмедийного дискурса.

Исследование образа России неоднократно проводилось как отечественными, так и зарубежными лингвистами. Тем не менее, ввиду последних политических событий на Ближнем Востоке и Дальнем Востоке, непрерывного развития истории и изменения геополитической ситуации в мире, внимание зарубежных СМИ переместилось на Дальний Восток России, как одного из стратегически важных для России регионов.

Актуальность темы магистерской диссертации обусловлена: во-первых, повышением интереса к массмедийному дискурсу и роли СМИ как наиболее важного источника получения информации и формирования общественного сознания; во-вторых, ввиду последних политических событий в мире и непрерывного развития истории внимание зарубежных СМИ переместилось на Дальний Восток России, поскольку этот регион стратегически важен для современной России; в-третьих, в XXI веке появился интерес к исследованию способов реализации образа через языковые средства.

Объектом исследования является медиа-дискурс, основной темой которого являются экономические и социальные события, связанные с развитием Дальнего Востока России.

Предметом исследования являются средства языковой репрезентации образа Дальнего Востока в зарубежных СМИ с позиции современных лингвистических направлений.

Целью данной работы является выявление языковых средств при формировании образа настоящего и будущего Дальнего Востока России в зарубежном массмедийном дискурсе.

Для достижения поставленной цели данное исследование ставит перед собой следующие **задачи**: 1) изучить теоретические положения по теме магистерской диссертации: «образ», «имидж», «стратегия», «массмедийный дискурс»; 2) выявить контексты в печатных и электронных СМИ, посвященных Дальнему Востоку России в зарубежных СМИ; 3) представить образ Дальнего Востока России на основе выявленных контекстов; 4) провести сравнительно-сопоставительный анализ образа России в разных странах.

Среди **методов исследования** в исследовании использовались *концептуальный анализ* для выявления концепций (системы взглядов) автора при составлении выявленных контекстов из дискурса СМИ, *дискурсивный анализ* для выявления взаимосвязи между языковой и экстралингвистической стороной текста, *функциональный метод* для соотнесения языковых единиц и категорий с объектами внеязыковой среды и функционирования их в языке,

морфологический анализ, сравнительно-сопоставительный метод, дистрибутивный анализ для изучения окружения языковых единиц в тексте без использования семантического аспекта.

Материалом исследования послужил корпус текстов массмедийного дискурса на английском, китайском и японском языках таких новостных порталов, как Asia Nikkei, Japan Times, Asia Shinbun, Reuters, Sankei News, DailyMail, The Diplomat, The Sun, The Economic Times, NBC News, Foreign Affairs, New York Times, The Economist, Xinhua, China Daily, Mainichi News, в которых затрагивается тема развития Дальнего Востока России.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые проводится изучение принципов языкового образа Дальнего Востока России с привлечением широкого социального контекста на материале публицистических текстов различных культур на английском, японском и китайском языках.

Достоверность и обоснованность результатов исследования достигаются через сочетание использования современных теоретических методов, соответствующих природе изучаемого явления, и использования актуальных материалов при работе над практической частью исследования: 45 статей общим объемом примерно 170 тыс. печатных знаков на английском, японском и китайском языках в дискурсе СМИ, в которых затрагивается тема развития современного и будущего Дальнего Востока России.

Практическая значимость и ценность работы заключается в том, что результаты исследования могут способствовать созданию программы развития межкультурных контактов и развития Дальнего Востока России. Результаты работы предполагается использовать в учебном процессе при изучении таких дисциплин, как стилистика, лексикология, теория и практика межкультурной коммуникации, а также при разработке практических рекомендаций для создания положительного имиджа Дальнего Востока, развития межкультурных контактов.

Личный вклад автора. Было изучено 102 источника по теме исследования, отобрано и проанализировано 45 наиболее наполненных языковым содержанием статей на английском, японском и китайском языках из общего количества около 700 статей за период с 2013-2017 год, было выявлено 6 коммуникативных стратегий, используемых при формировании образа Дальнего Востока, также было выявлено 8 тематических групп.

Основные положения работы, выносимые на защиту.

1 СМИ являются одним из первостепенных источников передачи информации о происходящих событиях в стране и за ее пределами. Однако, сообщения, которые продуцируются новостными агентствами, не всегда соответствуют действительному положению дел описываемого явления. В своих статьях представители СМИ реализуют определённый набор стратегий, основанных на идеологии государства или на интересах определённых социальных групп.

2 Образ, формирующийся естественно, или имидж, создаваемый искусственно средствами массовой информации, являются важными аспектами формирования представления о Дальнем Востоке России в сознании индивида. Для создания негативного или позитивного образа используется набор изобразительных и выразительных средств языка.

3 В рамках настоящего исследования было выделено две новые коммуникативные стратегии, которые используются зарубежными СМИ для выстраивания преимущественно негативного образа Дальнего Востока: стратегия аргументации и сравнения. Данное положение можно расценивать как новизна исследования по данным вопросам.

Апробация исследования и публикации. Основные положения и выводы работы были представлены на заседаниях кафедры «ЛМК» и в научных журналах:

1 Матвеев, Н. А. Репрезентация образа настоящего и будущего Дальнего Востока в зарубежных СМИ / Н. А. Матвеев // 46-ая ежегодная научно-техническая конференция аспирантов и студентов КНАГТУ, секция

«Лингвистика» : материалы науч.-технич. конф., Комсомольск-на-Амуре, 7 апр. 2016 г. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГТУ», 2016. – С.115-115.

2 Матвеев, Н. А. Репрезентация образа Дальнего Востока России в китайских СМИ / Г. А. Шушарина, Н. А. Матвеев // Успехи современной науки. – 2016. – №12. – С. 161-163.

3 Матвеев, Н. А. Репрезентация образа настоящего и будущего Дальнего Востока в зарубежных СМИ / Н. А. Матвеев // 47-ая ежегодная научно-техническая конференция аспирантов и студентов КнАГТУ : материалы науч.-технич. конф., Комсомольск-на-Амуре, 18 апр. 2017 г. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВО «КнАГТУ», 2017.

4 Матвеев, Н. А. Перспективы лингвистического исследования образа Дальнего Востока России / Г. А. Шушарина, Н. А. Матвеев // Вестник науки и творчества. 2016. – №1. – С. 85-89.

Вышеназванные цели и задачи определили структуру диссертации, которая состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Во **Введении** обоснован выбор темы и материала исследования, обоснованы актуальность и новизна, определены объект, методы и предмет исследования, названы цели и задачи диссертации, выделена достоверность и обоснованность исследования, личный вклад автора, практическая значимость исследования, сформулированы основные положения, выносимые на защиту.

Первая глава посвящена определению теоретических основ, на которых строится исследование. Рассматриваются такие понятия как «образ», «имидж», «региональный имидж», «стратегия», «массмедийный дискурс». Приводятся коммуникативные стратегии, реализуемые в исследуемом дискурсе. Дается основная характеристика Дальнего Востока и предпосылки необходимости формирования образа исследуемого региона.

Во **второй главе** исследуются способы языковой репрезентации образа настоящего и будущего Дальнего Востока России в зарубежных СМИ с позиции современных лингвистических направлений, выявляются стратегии репрезентации Дальнего Востока, выделяются, анализируются и описываются языковые средства формирования образа на английском, японском и китайском языках.

В **Заключении** обобщены результаты исследования, были сделаны выводы.

В **списке использованной литературы** представлены статьи, научные работы, монографии, электронные ресурсы, словари, которые были использованы для написания теоретической и практической части исследования.

Приложение содержит материал исследования.

Основное содержание работы

Первая глава «Теоретико-методологические основания исследования образа Дальнего Востока» содержит обзор таких основных понятий «образ», «имидж», «региональный имидж», «стратегия», «массмедийный дискурс».

Понятие «образа» является новым и недостаточно разработанным явлением, которому стали уделять значительное внимание специалисты самых разных областей – лингвисты, политики, культурологи, историки, переводчики, психологи, что связано с развитием межкультурных отношений и диалога культур, изменения геополитической ситуации в мире.

В наиболее полно понятие «образ» раскрыто в работах Л. В. Белгородской. С позиции литературоведения, это явление рассматривается М. Ю. Солоковой, О. А. Гольдиной и другими на материале зарубежных литературных произведений.

В отечественной литературе также присутствует немало работ, в которых рассматриваются и структурируются механизмы языковой репрезентации образа России. Особо следует отметить вклад отечественных исследователей Э. Г. Мегрובה, М. Г. Лебедько, З. Г. Прошина, которые раскрывают роль понятия «образ», рассматривают проблему его формирования, описывают конкретные лингвистические механизмы на материале политических журналов и газетных изданий США, Китая, Японии, Франции, Германии.

Э. Г. Мегрובה рассматривает образ России с позиции теории коммуникации и выявляет принципы формирования образа в дискурсе журнала Newsweek, А. И. Шевелева на материале газетной публицистики США изучает образ России с применением лингвопрагматического аспекта изучения, М. Г. Лебедько, исследую образ России в американском журнале «Time», опирается на знания, сформированные в рамках теории межкультурной коммуникации, и другие. Наше исследование также посвящено проблеме формирования образа с привлечением широкого социального СМИ контекста. Однако, предмет нашего исследования сужен с масштабов стран до масштабов

регионов одной страны: мы рассматриваем способы формирования образа Дальнего Востока России. Методы и принципы, используемые в монографии могут быть использованы в качестве основы для выполнения диссертационного исследования.

Т. Г. Добросклонская в своей книге «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ» поясняет феномен «массмедийный дискурс» и раскрывает это явление при помощи структурного, функционального и тематического подхода к его осмыслению. При рассмотрении с позиции 3 подходов, концепция дискурса СМИ позволяет составить объемное представление о речевой деятельности в массмедиа, поскольку охватывает не только вербальное сообщение, безусловное важно для нашего исследования, но и все экстралингвистические факторы, связанные с особенностями создания сообщения в СМИ. Также, в своей работе и многочисленных статьях, посвященных проблеме описания дискурса, Т. Г. Добросклонская дает примерный алгоритм анализа контекстов в рамках массмедийного дискурса, основываясь на положении, что большее внимание изучению массмедийному дискурсу уделяется в рамках когнитивной лингвистики. Поскольку такие понятия, как стратегия, стереотип, фреймы, являются предметом изучения когнитивной лингвистики, то методы, использованные в ее работах, могут быть использованы для нашего диссертационного исследования.

Коммуникативные стратегии, используемые для воздействия на получателя сообщения и формирования определённого образа в сознании в рамках массмедиа, раскрываются в работах А. А. Шунейко и его соавтора И. А. Авдеенко. В своих работах Э. А. Галумов говорит о формировании международного имиджа России и о стратегиях его формирования.

Подобный вопрос, связанный с описанием и выявлением коммуникативных стратегий современной речи, представлен на рассмотрение в монографии О. С. Иссерс «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» 2008 год. Важным для нашего исследования является раскрытие понятия речевой стратегии, их типологизация, и возможные языковые показатели рече-

вых тактики. Также следует отметить, что О. С. Иссерс подразделяет коммуникативные стратегии несколько типов: семантический, прагматический, диалоговый и риторический типы. Из предложенных типов, прагматический является наиболее полезным и значимым для исследования. В главе «Прагматический тип речевых стратегий» автор монографии раскрывает понятие имиджа, способы его формирования, структуру и возможные языковые маркеры. Образцы речевого поведения, взятые в качестве примера из разных сфер деятельности, дают основание применения разнообразных принципов прагматического анализа к разным типам дискурса. В нашем случае, мы говорим о дискурсе СМИ.

Вопросами использования коммуникативных стратегий создания имиджа в медиатекстах занимается Г. А. Шушарина. В своей работе она уделяет внимание первостепенным задачам государства по улучшению имиджа отдельного города Комсомольск-на-Амуре на материале местной газеты.

Говоря о СМИ дискурсе, стоит отметить монографию В. И. Карасика «Языковой круг: личность, концепты, дискурс» 2002 год, в которой обсуждаются актуальные проблемы теории дискурса, анализируются социолингвистические и паралингвистические типы дискурса как текста в ситуации реального общения. В своей монографии он раскрывает понятие дискурса, выделяет категории дискурса и представляет тенденции развития дискурса после письменной эры. Под языком этой эры В. И. Карасик понимает развитие метаязыка, который реализуется с помощью средств массовой информации.

Д. Н. Замятин разрабатывает понятие «образ региона» в географокультурном контексте. Также он рассматривает проблемы формирования географических образов в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Северо-востоке России, приводит подходы к изучению этого явления и методологические основания.

Из-за непрерывного хода истории и постоянного изменения политической ситуации в мире, исследованиями в синхронном аспекте занимается Л. В. Белгородская. Изучением проблемы формирования образа России в со-

временном Китае занимается Н. В. Тен с применением исторического анализа проблемы на рубеже XX-XXI веков. Механизм формирования стереотипных образов России и российского народа в Японии исследовала П. Ф. Воробьева.

В целом анализ научной литературы по теме исследования показал, что проблема образа Дальнего Востока России еще не получила достаточно полной проработки в современной науке поскольку на протяжении многих лет основное внимание общественности как зарубежных так и отечественных исследователей уделялось России в целом, а не отдельным регионам. Изменение ориентиров на развитие экономической, промышленной и культурной составляющей Дальнего Востока привлекло внимание к Дальнему Востоку, за рубежом в рамках массмедийного дискурса началось формирование образа Дальнего Востока. То каким образом репрезентируется Дальний Восток в СМИ является важным при взаимодействии с другими государствами и создании положительного имиджа.

Во второй главе «Анализ языковых средств при формировании образа дальнего Востока России в Зарубежных СМИ» выделены языковые средства языковой репрезентации образа современного и будущего Дальнего Востока России в зарубежных СМИ, определены основные стратегии, проведен анализ языковых средств, выделены стратегии.

Темы, освещаемые в исследуемом материале, затрагивают преимущественно экономические и внешнеполитические аспекты. Так, от самого актуального до наименее важного, западными новостными агентствами представляется следующий порядок: население, миграция, отношения с Китаем, военный потенциал, города. В Японских СМИ центральными темами являются решение территориальных вопросов относительно Курильских островов, инвестирования проектов на ДВ и в развитие Владивостока. Миграционные процессы китайского народа, статьи об инфраструктуре и населении ДВ находятся на периферии тематического поля. Тематическая обусловленность китайских статей заключается в заинтересованности китайским народом пу-

ствующих и незаселенных территорий Дальневосточного федерального округа, поэтому основные темы связаны с этим: экономическое развитие региона, население, дальневосточный гектар.

В проанализированном материале было выявлено 6 коммуникативных стратегий, используемых зарубежными агентствами массовой информации. В статьях, созданных в таких англоговорящих культурах, как США и Великобритания используются информационная, модальная стратегия, стратегии сравнения и отражения. Первая реализуется путем подбора лексических единиц, сокращения или увеличения преподносимой информации. Цель второй стратегии заключается в подтверждении идеи авторов с помощью цитат значимых в решении актуального опроса людей, при этом количество и качество информации цитируемого источника и преподносимой информации может различаться, а последняя появляется в наличии частого сравнения анализируемого Дальнего Востока с миром, Китаем, другими странами и регионами. К названным выше коммуникативным стратегиям добавляются стратегии аргументации и конструирования. Аргументирование идеи авторов демонстрируется за счет как внеязыковых, экстралингвистических средств – исторические события, социальные происшествия, цитаты, так и интралингвистических. Стратегия конструирования заключается в том, что события реконструируются на основе идеологических установок, оценок и аналитики. В дискурсе китайских СМИ реализуются все вышеназванные коммуникативные стратегии.

Конструирование образа будущего и настоящего Дальнего Востока достигается путем использования языковых средств выразительности и механизмов влияния на сознание аудитории. К ним относятся – метафоры, идиомы, сравнения (западные СМИ); экономическая терминология и нейтральная лексика (китайские СМИ); градация, метафоры, сравнения, графические средства, идиомы (японские СМИ).

Образ настоящего Дальнего Востока представляется в негативном ключе во всех трех дискурсах СМИ: сокращение населения, плохая инфраструктура, пережитки советского периода. В будущем регион рассматривается как отличная сырьевая, ресурсная база для реализации крупномасштабных проектов, основными инвесторами которых станут зарубежные партнёры. Японские СМИ говорят о повышении качества жизни русского населения, увеличении продолжительности жизни, появлении специализированных учреждений. В американских СМИ резко поднимается вопрос о миграции китайского населения, которая будет продолжаться еще более 20 лет. Необходимо отметить, что существование споров относительно оккупированных СССР территорий будут являться камнем преткновения в решении многих вопросов.

В **заключении** автором излагаются, выводы, результаты, предложения и практические рекомендации. Приведем некоторые положения из этой части работы.

1 Несмотря на ряд поднимаемых тем в зарубежных СМИ, демографическая ситуация, возможные способы инвестирования региона, решение территориальных вопросов исторического характера и миграция были главными и наиболее обсуждаемыми. Тем не менее, проведя сравнение между СМИ разных стран, стоит отметить наибольшую заинтересованность по отдельным странам. Для Японии наиболее приоритетным является территориальный вопрос, для Китая – инвестиционная деятельность. Что касается США и Великобритании, то они ставят накопление военного потенциала и развитие отношений со странами АТР на первое место, а территориальные вопросы на задний план.

2 Средства массовой информации зарубежья прибегают к использованию информационной стратегии (отражение), которая заключается в донесении информации до аудитории без значительного искажения и почти полного соотнесения с реальным положением дел в регионе. В значительно меньшей степени используются стратегии аргументации как способа обоснования сво-

ей точки зрения, сравнения – для создания образности, модальная стратегия, стратегия конструирования.

3 В рамках настоящего исследования было выделено две новые коммуникативные стратегии, которые используются зарубежными СМИ для выстраивания преимущественно негативного образа Дальнего Востока: стратегия аргументации и сравнения. Данное положение можно расценивать как новизна исследования по данным вопросам.

4 В рамках представленных стратегий агентства массовой информации Японии, Китая, Великобритании и США производят отбор ряда средств лексической выразительности основанных преимущественно на употреблении эмоционально-оценочного значения: экспрессивно окрашенные слова (15) и фразеологизмы (3). К числу выразительных средств мы также отнесли различные средства стилистической выразительности – повторы (4), градации (1).

5 Сравнительно небольшой процент (5%) выявленных языковых средств составили изобразительные средства языка: образное сравнение (5), метафора (4), ирония (1).

6 Посредством применения как основных (денотативных), так и сопутствующих (коннотативных) свойств выделенных единиц языка СМИ разных стран выстраивают многоуровневый образ Дальнего Востока России. В отношении современного положения региона новостные агентства придерживаются единой точки зрения: регион находится в состоянии упадка, поскольку наблюдается отток населения, отсутствует должное развитие инфраструктуры и медицинского сектора, жители испытывают психологическое напряжение из-за нелегальной миграции китайского населения на территорию России и по поводу территориальных вопросов с Японией и КНР, сокращается уровень жизни. Стоит отметить, что зарубежные средства массовой информации освещают преимущественно негативную информацию о регионе, а положительной уделяют лишь незначительное внимание.

7 В будущем регион рассматривается как экономически и геополитически важное пространство для развития инновационных проектов, основанных на сотрудничестве стран АТР. На данный момент уже был предпринят ряд мер по изменению текущего состояния региона в лучшую сторону: были привлечены крупные зарубежные инвесторы, подписан ряд соглашений на государственном и региональном уровнях, началось сотрудничество научных институтов. По мнению зарубежных СМИ, центром развития Дальнего Востока России в будущем станет город Владивосток. Эту идею подтверждают многочисленные упоминания об этом городе и заинтересованность государств АТР только в его модернизации и укреплении.

Данное исследование ставило своей целью выявить языковые средства при формировании образа современного и будущего Дальнего Востока России в зарубежном массмедийном дискурсе. Поставленная цель была достигнута путем решения ряда задач, главными из которых явились представление образа Дальнего Востока России на основе выявленных контекстов и проведение сравнительно-сопоставительного анализа образа региона в зависимости от страны.

Перспективой дальнейшего исследования способов и механизмов выстраивания образа дальневосточного региона зарубежными средствами массовой информации является расширение и дополнение материала исследования для более глубокого изучения данного понятия с целью выявления новых стратегий и средств изобразительности.