

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

СЛИТЮК Анастасия Александровна

Россия и Южная Корея: диалог культур в СМИ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
доктор филологических наук,
профессор С. И. Сметанина
Кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций
Очно-заочная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СМИ	8
1.1. Базовая терминология	8
1.2. Отражение культурного облика страны в ее имидже	18
1.3. Национальные стереотипы и мифы в СМИ.....	23
ГЛАВА 2. РОССИЯ И ЮЖНАЯ КОРЕЯ: ДИАЛОГ КУЛЬТУР В СМИ	32
2.1. Медиасистема Южной Кореи	32
2.2. Характеристика анализируемых информационных ресурсов.....	36
2.3. Жанрово-композиционные особенности и проблематика отобранных русских материалов о Корее	41
2.4. Жанрово-композиционные особенности и проблематика отобранных корейских материалов о России	61
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	77
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	79
ПРИЛОЖЕНИЯ	89

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность работы. В настоящее время роль на международной арене Восточной Азии значительно повышается. Интересам России соответствует ее внешняя политика, направленная на установление и укрепление связей не только с Китаем, но и с такими странами, как Япония и Республика Корея.

Сейчас перед всем мировым сообществом стоит задача обеспечения устойчивого развития межкультурных коммуникаций. Это обусловлено существованием различных национальных и межэтнических конфликтов, разобщением народов. Подобным проблемам способствовали глобальные изменения в культуре, политике и экономике.

Россия всегда была заинтересована в урегулировании конфликта на Корейском полуострове, поддержании дружественных отношений, и в последние несколько лет мы наблюдаем ее активное сотрудничество с Южной Кореей. 28 февраля 2001 г. на выступлении в Национальном собрании Республики Корея в Сеуле Владимир Путин высказался о том, что «атмосфера взаимного доверия и доброжелательства, установившаяся между нашими странами и народами, будет укрепляться. Единые задачи и цели, приверженность общим демократическим ценностям – это прочный фундамент наших отношений в XXI веке»¹.

Развитие коммуникации между двумя странами происходит не только в политическом и экономическом отношениях, но также и в культурном. Культурный обмен между Россией и Южной Кореей основывается на принятом 19 ноября 1992 г. «Соглашении между правительствами двух государств о культурном сотрудничестве»². Летом 2015 г. по случаю 25-летия

¹ Выступление Президента России В. В. Путина в Национальном собрании Республики Корея // МИД РФ [Электронный ресурс]. – http://www.mid.ru/maps/kr/-/asset_publisher/PR7UbfssNImL/content/id/589072/pop_up?_101_INSTANCE_PR7UbfssNImL_viewMode=print&_101_INSTANCE_PR7UbfssNImL_qrIndex=0 (28.02.2001).

² Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Корея о культурном сотрудничестве // Электронный фонд правовой и

установления двусторонних дипломатических отношений между Республикой Корея и Российской Федерацией делегация депутатов Национального Собрания Кореи посетила Санкт-Петербург³.

На сегодняшний день как в России, так и в Корее проходят различные значимые мероприятия, важные конференции, фестивали, представляющие обе страны и раскрывающие их культурные и национальные особенности.

В интервью с журналистом ИТАР-ТАСС президент Республики Корея Пак Кын Хе сказала о том, что существует «широкое поле для деятельности, где наши страны могут сотрудничать, взаимно дополняя друг друга». Президент отметила, что дальнейшему сближению государств могут способствовать укрепление экономического сотрудничества и более активные обмены в области науки и культуры⁴.

СМИ помогают нам больше узнать о сходствах и различиях, беря во внимание отличающиеся менталитеты. На основе журналистских материалов возникает диалог между Россией и Южной Кореей, помогающий установлению международных связей. Он формирует определенные культурные образы, способствующие взаимодействию стран. Получается, что без средств массовой информации диалог культу невозможен.

Идея установления и поддержания диалога через журналистику заключается в передаче взаимоуважения сторон, обмене традициями, осмыслении культурных помыслов и обеспечении осознания возможного взаимодействия разных культур.

Проявление интереса к чужой стране, социальному опыту, стремление к пониманию особенностей других народов посредством диалога имеют большое значение для познания не только культуры и менталитета других

нормативно-технической документации [Электронный ресурс]. – <http://docs.cntd.ru/document/902395151> (19.11.1992).

³ О сотрудничестве Санкт-Петербурга и Республики Корея // МИД РФ [Электронный ресурс]. – http://www.mid.ru/web/guest/maps/ru/ru-spe/-/asset_publisher/rFKaR7SWQLVL/content/id/1930642 (2015).

⁴ Главные новости // ТАСС [Электронный ресурс]. – <http://tass.ru/glavnie-novosti/671683> (04.09.2013).

государств, но и своей собственной страны, национальной идентификации. Это ведет к расширению мировоззрения современного человека.

Научная новизна. Сегодня развитие информационно-коммуникационных технологий помогает получить практически неограниченный доступ к иностранной прессе. Благодаря этому у России есть возможность больше узнать о журналистике Восточной Азии, в частности Южной Кореи, пресса которой формирует и транслирует как свой культурный образ, так и наш, размещая публикации о России. Свободный доступ к международным медиа оказывается чрезвычайно полезен и для проведения научных исследований, касающихся осмысления новых, соответствующих требованиям времени стратегий формирования через СМИ образа страны, способов разъяснения ее политических приоритетов и культурного своеобразия.

Благодаря различным каналам и в том числе СМИ странам удается поддерживать необходимый, привлекательный имидж, быть проводниками национальной идеи и распространять по всему миру позитивную информацию о себе.

Транслируя новости о других странах, российские СМИ по-прежнему продолжают использовать отработанные в советское время клише. Для них хорошо освоенное – это практика представления негативной информации, и по отношению к Северной Корее у нас уже сложились готовые клише, формирующие негативный образ страны (См: Приложение № 1). В основе клише лежат понятия тоталитаризм, отсутствие демократических прав и свобод, что отражено не только в медиапрактике, но и в научной литературе.

Сегодня КНДР по-прежнему живет «в условиях военного времени». «Каждый пятый мужчина трудоспособного возраста служит в Вооруженных силах страны, от 30 до 50 % экономики работают на военные нужды»⁵. «Одной из характерных черт северокорейского общества является

⁵ Воронцов А. В., Евсеев В. В. Северная Корея: выйти из тупика // Россия в глобальной политике [Электронный ресурс]. – http://www.globalaffairs.ru/number/n_5751 (26.10.2005).

всеобъемлющий государственный контроль, который касается всех сторон жизни корейца. Северная Корея – наиболее контролируемое общество современного мира. Страна все еще находится на стадии тотального политического и информационного контроля»⁶.

Подходы же к Южной Корее, которые на сегодняшний день представлены в научных трудах, не коррелируют с систематической устойчивой практикой освещения политики, экономики, культуры и этнических понятий в журналистской практике. Поэтому нам самим необходимо осмыслить устойчивые стратегии формирования образа страны, которые расширят наши знания о мире.

В русской прессе материалов, посвященных Корейскому полуострову, становится все больше. Благодаря нашим СМИ мы постепенно начинаем понимать корейские традиции, обычаи и жизненный уклад. Россия и Южная Корея узнают друг друга через медиа, публикующие все больше материалов политической и культурной направленности.

Цель исследования: изучить и сравнить способы и методы формирования культурного образа России и Южной Кореи через диалог культур в средствах массовой информации двух стран.

Для достижения цели мы поставили перед собой следующие **задачи:**

- рассмотреть понятие «диалог культур» сквозь призму выбранной темы;
- определить и описать жанрово-композиционные особенности и проблематику отобранных русских и корейских публикаций, а также аудио и видео материалов;
- выявить и охарактеризовать способы формирования образа страны, обращаясь к практике российской и корейской журналистики.

Объект исследования: диалог культур в системе международной коммуникации.

⁶ Ланьков А. Н. Северная Корея: вчера и сегодня. М., 1995. С. 192.

Предмет исследования: способы формирования культурного облика Южной Кореи и России в СМИ.

Теоретическую базу исследования составляют такие источники, как: Библер В. С. «Михаил Михайлович Бахтин, или Поэтика культуры», Кокшаров Н. В. «Взаимодействие, диалог культу», Круглов Е. В. «Пресса Южной Кореи», где рассматривается современная журналистика Кореи, Рожков И. Я. «Бренды и имиджи», Сайко Э. В. «Социокультурное пространство диалога», Сорокина Н. В. «Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации», Тертычный А. А. «Жанры периодической печати», где выявляются особенности и характерные черты жанров журналистских произведений. Также были использованы научные статьи и интернет ресурсы.

Эмпирическая база исследования: журналы «Вокруг Света», «Geo», «Русский репортер», телеканал «Моя Планета» (выходят в России), газеты «Russiafocus», «The Chosun Ilbo», телерадиоканал «KBS» (выходят в Корее) за период с 2011 – 2016 гг. Всего нами изучено 326 материалов.

Методы исследования: для осмысления теоретического материала мы используем традиционные методы анализа и синтеза. Для того чтобы охарактеризовать отобранные нами средства массовой информации, мы используем описательный метод. Так как мы рассматриваем СМИ двух стран, то нами применяется компаративный метод. При работе с медиапрактикой мы используем функционально-стилистический метод, а также метод наблюдения и интерпретации.

Структура работы включает в себя введение, две главы, заключение, список литературы и приложения.

ГЛАВА 1. МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СМИ

1.1. Базовая терминология

Прежде чем перейти к диалогу культур в СМИ между Россией и Южной Кореей, следует рассмотреть понятие «диалога культур».

На сегодняшний день в мире происходит разобщение народов, множество конфликтов, так или иначе влияющих и затрагивающих практически каждого человека. Между странами возникают разногласия и расхождение в понимании целей, задач и направлений сотрудничества из-за разного образа жизни, видения мира, специфики восприятия, оценки реальных событий⁷.

Следствием подобных происходящих в мире изменений стало усиление интереса к проблемам взаимодействия различных культур и культурной идентичности народов. Сейчас обществу необходимо обеспечить успешное развитие межкультурных коммуникаций, то есть установить культурный диалог между государствами, который будет предупреждать конфликты и войны, снимать напряженность и создавать доверительную обстановку между индивидуальными мировоззрениями. Чем успешнее будет проходить межкультурная коммуникация, тем взаимодействие национальных культур окажется более эффективным, общество станет терпимее, тактичнее и демократичнее.

Благоприятной почвой для развития межнациональных отношений является взаимодействие культур. Основой общения людей и культур можно назвать текст. Он может быть представлен в различных формах, будь то устная речь, текст, написанный на бумаге или сохраненный на ином другом носителе. Текст диалогичен, так как всегда направлен на другого человека⁸.

⁷ Садохин А. П. Культурная эмпатия в диалоге и коммуникации культур // Межкультурные взаимодействия в условиях глобализации: опыт России и Кореи. СПб., 2012. С. 14.

⁸ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 283.

Когда в обществе есть межнациональный конфликт или напряжение, то коммуникация затруднительна, текст становится практически бесполезен и культурный диалог носит ограниченный характер.

Диалог – это общение с культурой, реализация и воспроизводство ее достижений, это понимание ценностей других народов, возможность снятия политической напряженности между государствами и этническими группами. Он – необходимое условие научного поиска истины и процесса творчества в искусстве⁹.

При существовании большого разнообразия культур в нашей жизни становится актуальным культурный диалог как способ их равного взаимоотношения. Общество использует культуру, которая регулирует отношения между людьми и целыми странами, для поддержания и упорядочивания своей жизнедеятельности. Оно воспринимает и усваивает информацию привносимых в него культур, преломляя ее через призму собственных накопленных знаний и интересов.

Межкультурный диалог представляет собой столкновение разных жизненных взглядов, мировоззрений, и далеко не каждое государство (со своей неповторимой культурой и менталитетом) готово вступать в культурную коммуникацию. Разные народы реагируют на влияние извне по-разному. Сегодня существуют страны, демонстрирующие категорическое неприятие происходящих в мире изменений, в том числе и культурных. Они отказываются открывать свои культурные границы, испытывая высокое чувство гордости собственной самобытностью, и сосредотачиваются на себе. Такая защитная форма может привести к полной национальной обособленности (ее можно ждать от стран, народы которых когда-то подвергались дискриминации и угнетению). В пример можно привести Северную Корею, хотя за последние несколько лет она ослабила границы и начала впускать к себе туристов (но, отметим, что, пребывая там, они находятся под постоянным присмотром и контролем).

⁹ Сайко Э. В. Социокультурное пространство диалога. М., 1999. С. 9.

Безрезультатный и неэффективный культурный диалог, упорство обеих сторон, при котором страны не осознают различия во взглядах и считают свое понимание тех или иных сторон жизни и ситуаций нормальным, происходят из-за отсутствия эмпатии. Без нее культурный диалог не может принести нужных результатов.

Понятию «эмпатия» в русском языке наиболее соответствует слово «сопереживание». Термин получил распространение в психологии, где он означает способность человека представить себя на месте другого человека (в том числе в житейских обстоятельствах), понять его чувства, мировоззрение, переживания и действия¹⁰. Обладать чувством эмпатии – значит уметь проникаться чувствами другого человека, отождествляя себя с ним. В этом процессе и возникает успешная связь между людьми, взаимодействие. Чем глубже у индивида его видение мира и представления о других народах, тем шире его эмпатийные качества. А составить более цельную картину мира и узнать больше о других странах нам помогают СМИ.

Наш мир наполнен разными народами, неповторимыми культурами, и единство мировой культуры обусловлено единством исторического процесса, универсальной природой труда и творческой деятельности. Обмен богатыми традициями и ценностями, знакомство с культурными достижениями других стран обогащают человека, расширяют его кругозор и формируют мировоззрение.

Через сопоставление себя с другой культурой осуществляется осознание степени своей оригинальности. Диалог возможен на основе взаимопонимания, но вместе с тем – лишь на основе индивидуального в каждой культуре¹¹.

Михаил Бахтин разработал основное положение концепции диалога культур. Филолог определяет диалог культур как форму общения людей, принадлежащих разным культурам. В рамках его концепции отмечается то,

¹⁰ Садохин А. П. Культурная эмпатия в диалоге и коммуникации культур... . С. 16.

¹¹ Кокшаров Н. В. Взаимодействие, диалог культур. СПб., 2008. С. 23.

что не каждую коммуникацию между людьми можно отнести к такому диалогу (например, бытовой или научный диалог).

В своей книге «Михаил Михайлович Бахтин, или Поэтика культуры» российский философ и культуролог В. Библер пишет о Бахтине, и что тот думает о культуре. Бахтин утверждает, что культура имеет место быть там, где есть как минимум две культуры. «У нее отсутствует внутренняя территория, и она расположена на границах, которые проходят повсюду»¹².

Человечеству известно множество древнейших культур, уже исчезнувших или существующих и сегодня, но их количество нельзя назвать преградой, которая может помешать их взаимодействию или взаимопроникновению. Главным препятствием, чаще всего мешающим успешному диалогу, можно назвать разнонаправленные системы ценностей.

В процессе коммуникации под влиянием пересечения разных культурных систем решающим значением будет считаться трансформация состояний, ценностей и традиций этих культур, возникновение новых культурных форм, обычаев, обмен духовным наследием и изменение образа жизни людей. Процесс такого взаимодействия зачастую явление крупномасштабное и длительное (длительностью в несколько десятков лет).

Согласно концепции Бахтина результатом диалога может быть:

1. Синтез различных точек зрения или интереса в одно единое целое.
2. При встрече двух культур синтез не происходит, но возникает взаимообогащение. У каждой культуры сохраняется собственное единство и открытая целостность.
3. Появляется осознание принципиальных культурных различий¹³.

Единство культур нельзя понимать как однородность или неделимость. Оно означает целостность, коренную общность, преобладание внутренних связей между элементами¹⁴.

¹² Библер В. С. Михаил Михайлович Бахтин, или Поэтика культуры. М., 1991. С. 87.

¹³ Кокшаров Н. В. Взаимодействие, диалог культур... . С. 24.

Европейская культура является диалогичной, она стремится узнать новое и произвести обмен своими достижениями и взглядами. На сегодняшний день диалог между Западом и Востоком имеет большое значение для всего мирового сообщества. Восточная культура как никогда оказывает влияние на Россию, Европу, Америку. Например, с каждым годом становится все популярнее азиатская медицина, продукты питания, восточная философия, искусство. В сложившейся ситуации Россия играет важную роль связующего звена, соединяя Азию и Европу. Государство находится в процессе совмещения в себе восточных и западных традиций, обычаев.

Современный человек должен стремиться познать культуру собственной страны, особенности и ценности предков, он должен знать национальную культуру иных этносов, воспитывать в себе уважение к другим странам и народам, не забывая о тактичности и терпимости. Это будет способствовать успешному установлению контакта и удачного диалога не только между отдельными личностями, но и в дальнейшем между целыми странами.

Межкультурная коммуникация является процессом общения и соприкосновения разных культур. СМИ – канал такой коммуникации, посредник между культурами. Под каналом подразумевается не только технический аспект, но и творческая деятельность журналиста, который транслирует окружающие его события через призму национальных субъективных установок.

Информационные связи – основной источник социально-культурного прогресса. Увеличение разнообразных международных культурно-информационных связей происходит в нарастающем темпе¹⁵.

¹⁴ Артановский С. Н. Историческое единство человечества и взаимное влияние культур. Философско-методологический анализ современных зарубежных концепций. Ленинград, 1967. С. 43.

¹⁵ Качалкин А. Н. Роль СМИ в межнациональном общении. Менталитет и речевой этикет нации // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003. С. 221.

Опираясь на опыт международных отношений России с другими странами, можно определить основные тенденции в формировании международных контактов с различными государствами и их культурами, а также проследить динамику развития дальнейшей межкультурной коммуникации.

Сегодня для достижения успешного диалога поликультурный профессионал СМИ должен уметь развить способность ставить себя на место представителя иной культуры и тем самым разделять и понимать его отношение к миру. Журналист (особенно журналист-международник) не может позволить себе коммуникативного разрыва в общении с носителями разных культур, он обязан подавлять в себе неспособность взглянуть на точку зрения человека другого менталитета. Для этого необходима серьезная подготовка – глубокий сравнительный анализ жизненных взглядов, базовых убеждений, основных культурных установок различных национальностей¹⁶.

Сложность понимания роли журналистики в межкультурной коммуникации обусловлена существованием большого количества информационных пространств, на которые влияют несколько факторов: расширяющаяся глобализация и геополитические проблемы.

Случается так, что такие понятия, как этика межкультурных отношений, духовное многообразие, толерантность, иногда отходят на второй план или забываются вовсе. Под толерантностью мы подразумеваем терпимость к взглядам и обычаям других культур. Несоблюдение норм международной этики и морали считается немислимым, они формировались на протяжении всей истории. Под международной моралью понимается система образцов действий, поведения, оценок, которые регулируют взаимоотношение стран.

Теряя контроль над диалогом между разными народами, забываются нравственные нормы, собственная культура начинает восприниматься людьми как центр, поэтому, по их мнению, она превосходит все остальные

¹⁶ Качалкин А. Н. Роль СМИ в межнациональном общении... . С. 223.

культуры. В этот момент источники массовой информации постепенно утрачивают чувство ответственности, игнорируя при этом реализацию всего многообразия таких своих функций, как образовательная, просветительская, воспитательная и ряд других¹⁷. Чтобы подобного не происходило, каждому средству массовой информации и отдельному журналисту в частности необходимо помнить о функциях и задачах журналистики и добросовестно выполнять свои обязанности.

Взрослея и социализируясь, человек впитывает и применяет в дальнейшем на практике нормы конкретной культуры, и, во многом благодаря журналистике, он формирует «фильтр восприятия», через который пропускает новые знания, полученные из разных источников. Информация, транслируемая СМИ, влияет на мировоззрение и поведение людей, образуя медиареальность. Медиареальность – новая, самостоятельно развивающаяся модель мира, которую создают средства массовой информации¹⁸. Подобная модель представляет собой набор знаний, в соответствии с которыми люди принимают решения и совершают те или иные поступки. Таким образом, сформированная медиареальность начинает оказывать воздействие на все общество в целом, влияя на характер межкультурной коммуникации между разными государствами.

Синонимом медиареальности можно считать медиaprостранство, созданное для коммуникации, в которое сегодня погружены практически все возможные культуры (чаще всего вынуждено). Отсюда получается, что диалог из средства переходит в цель и состояние. Инфосфера – это не просто совокупность информационных средств, а реальность, в какой-то мере уже не зависящая от человека, но делающая его и мир зависящим от нее¹⁹.

¹⁷ Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ. Екатеринбург, 2014. С. 8.

¹⁸ Шестерина А. М. Психология журналистики. Воронеж, 2010. С. 23.

¹⁹ Миронов В. В Глобальное коммуникационное пространство как фактор трансформации культуры // Человек как субъект и объект медиapsихологии. М., 2011. С. 45.

Основные последствия для жизни человека в информационном всеохватывающем поле:

1. Развитие СМИ привело к дефициту полезной и нужной информации, по сравнению с информацией, представляющей информационный шум.
2. Повсеместное использование средств коммуникации изменило все сферы жизни общества.
3. Визуальные образы и визуальные коды стали одним из основных средств передачи информации.
4. Возросла коммерциализация коммуникативных систем. Владелец такой системы контролирует смысл и содержание транслируемой информации.

«Также выделяются несколько барьеров, мешающих СМИ в создании успешных межкультурных связей:

1. Географический (чем больше расстояние между журналистом и событием или аудиторией, тем более искаженная информация получается в результате).
2. Тезаурусный (каждый народ имеет собственную историю формирования языка и языковых традиций. Таким образом, различие в коммуникативной и лингвистической культуре формирует языковой барьер между представителями разных языковых групп).
3. Семантический (обусловлен различным толкованием знаков и символов. Например, исследователям известны различия в цветовой символике у культур, или разная интерпретация жестов у разных народов)²⁰.

Данные барьеры можно преодолеть, если создавать ассоциативные связи между фактами и явлениями разных культур, но, постоянно проводя подобные параллели, возникает вероятность формирования искаженной реальности.

²⁰ Шестерина А. М. Проблема формирования культурного многообразия медиаполя в аспекте психологии восприятия // Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ. Екатеринбург, 2014. С. 27.

Благодаря техническому прогрессу сегодня журналист может оперативно рассказать аудитории о других народах, далеких странах и их обычаях, создать в сознании человека яркий образ государств и сообщить об их национальных идеях, но в тоже время СМИ могут сформировать масштабные культурные стереотипы, которые в дальнейшем будет сложно побороть. Медиа организуют единое культурное пространство, в котором аккумулируются общезначимые достижения, это помогает народам приобщаться к плодам цивилизации в сферах образования, науки и техники и в тоже время способствует пониманию ценности и важности каждой отдельной культуры, необходимости ее сохранения от исчезновения.

Межкультурная коммуникация совершается в том числе через печатные СМИ, радио и телевидение. Это могут быть как универсальные издания и каналы, так и специализированные (например, трэвел-издания). Особая роль отводится интернету, который в силу своей доступности и открытости оказывает большое влияние на изменения в современной культуре, он является интерактивным средством межкультурного диалога. Интернет представляет собой организованное пространство симулякров – особых объектов, «отчужденных знаков», которые фиксируют различие с референтной реальностью²¹. С одной стороны, интернет дает доступ к большому количеству информации в любое время, позволяет передавать сообщения в любую точку земного шара и помогает укреплять связи между людьми из разных стран, но, с другой стороны, интернет наполнен большим количеством ложной и непроверенной информации, которая формирует неправильное восприятие действительности у аудитории.

Нельзя забывать, что интернет – двигатель глобализации, которая несет в себе как интеграцию, так и дезинтеграцию. Такой процесс «национальной

²¹ Зинченко Ю. П. Виртуализация реальности: от психологического инструментария к новой субкультуре // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М., 2011. С. 241.

дезинтеграции» может разрушающе воздействовать на особенности отдельных культур, часто подавляя и растворяя их²².

Наибольшее влияние на создание у аудитории СМИ культурного образа других народов оказывает такое направление в массмедиа как трэвел-журналистика. Специализированные радиопередачи, телевизионные программы и издания-трэвелогои затрагивают темы из сфер географии, культуры, истории, туризма и искусства. Популяризации журналистики путешествий способствует конвергенция СМИ, где информация подается вместе с развлечением.

А. А. Тертычный в книге «Жанры периодической печати» выделяет несколько жанров, использующихся в прессе о путешествиях:

1. Путевой очерк.
2. Путевая заметка.
3. Обзорение.
4. Репортаж.

Программы на телевидении, посвященные другим культурам и путешествиям, представляют собой набор разных жанров. Сегодня это модель, содержащая элементы из путевого очерка, документального фильма, образовательной и развлекательной программы. Такие передачи с помощью аудиовизуальных средств передают национальный колорит той или иной культуры, создают и поддерживают определенные образы.

В эпоху глобализации представление иностранных культур с помощью СМИ, установление межкультурной коммуникации оказывает решающее воздействие. Роль журналиста-путешественника состоит в трансформации опыта «других»: в обнаружении «нового» в какой-либо стране или культуре и соотнесении этого «нового» с уже имеющимся у аудитории багажом знаний²³.

²² Миронов В. В. Глобальное коммуникационное пространство... . С. 39.

²³ Показаньева И. В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиaprостранства // Медиаскоп [Электронный ресурс]. – <http://www.mediascope.ru/node/1385> (16.08.2013).

Сегодня специализированные научно-популярные издания, радиостанции и телеканалы о путешествиях активно развиваются по всему миру. За последнее десятилетие появилось множество журналов, способных составить конкуренцию друг другу: «GEO», «Вокруг Света» и др.

Спрос на передачи и издания культурной направленности очень велик как в России, так и в Южной Корее. Страны стараются узнать друг друга лучше, создать прочную и успешную межкультурную коммуникацию, используя в своем диалоге культур средства массовой информации.

1.2. Отражение культурного облика страны в ее имидже

Имидж – это идеальный объект, появляющийся в сознании людей. Его нельзя измерить, но возможно оценить. Можно сказать, что это целенаправленно созданный образ на основе потребностей аудитории. Самой главной целью имиджа является его максимальное приближение к общественному идеалу или идеалу определенной группы.

Можно выделить следующие отличительные черты имиджа:

1. Упрощенность по сравнению с объектом, к которому он относится.
2. Подчеркивает особенности и уникальные черты объекта.
3. Изменчивость. Подстраивается под изменяющуюся реальность.
4. Обладает обратной связью с группой лиц, на которую он направлен.
5. Соответствуя прообразу, идеализирует его.

Под образом, как правило, понимается субъективно воспринятое «отражение» чего-либо, представление о чем-либо. Отметим, что восприятие это стихийно до тех пор, пока создание определенного образа не становится целью коммуникации²⁴.

²⁴ Гринберг Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Медиаскоп [Электронный ресурс]. – <http://mediascope.ru/node/252> (26.12.2008).

Как образ, так и имидж содержат в себе неограниченное количество компонентов, сложность конструкции имиджа усложняет процесс его однозначного восприятия массовой аудиторией.

Имидж страны складывается с представления о ней одного человека, отдельных групп и народов, этот имидж можно конструировать. Подобное формирование часто происходит в историческом контексте, отражая культурные и национальные особенности того или иного государства.

Представление зависит от наличия общих интересов или же столкновений того, чей образ воспринимается, и тех, кто его воспринимает. Важную роль в этом восприятии играет былой опыт, ценностные ориентации, привычные принципы, нормы и правила²⁵.

Положительный культурный облик и имидж важно иметь потому, что это факторы, оказывающие большое влияние на развитие международных отношений. Они создают благоприятные условия для экономического развития и политического успеха, где политический успех – это позитивный результат политической деятельности, ее конкретных шагов²⁶.

Жан Бодрийяр отмечает четыре последовательные фазы между образом и реальностью:

1. Облик является отражением настоящей реальности.
2. Облик маскирует и извращает подлинную реальность.
3. Облик маскирует отсутствие настоящей реальности.
4. Облик не имеет какой-либо связи с реальностью²⁷.

На восприятие имиджей других государств влияют как объективные факторы, так и субъективные. Например, ассоциации, стереотипы, которые для многих стран становятся достаточно устойчивыми. И. Я. Рожков в своей

²⁵ Рожков И. Я. Бренды и имиджи. М., 2006. С. 41.

²⁶ Халипов В. Ф., Халипова Е. В. Власть. Политика. Государственная служба [Электронный ресурс]. – http://power_politics.academic.ru/827/%D0%A3%D0%A1%D0%9F%D0%95%D0%A5_%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%98%D0%A2%D0%98%D0%A7%D0%95%D0%A1%D0%9A%D0%98%D0%99

²⁷ Цитируется по: Кошлякова М. О. Имидж в системе массовой коммуникации // Знание. Понимание. Умение. № 1. М., 2011. С. 221.

книге «Бренды и имиджи» приводит примеры Швейцарии, которая у многих ассоциируется с часами и шоколадом, или Греции – с древнейшими историческими памятниками и развитой системой туризма. Если говорить о Южной Корее, то у большинства людей она ассоциируется с высокими технологиями, бытовой техникой и автомобилями. Россия представляется как страна с холодным климатом, лучшей школой балета и величайшими писателями, ее самый узнаваемый символ – матрешка.

Многие страны уделяют большое внимание изменению или поддержанию своего положительного образа, который складывается как внутри страны, так и за рубежом.

Например, в США во время жестокого экономического кризиса 30-х годов была реализована программа “Keep Smiling” («Улыбайся»). Ф. Рузвельт утвердил специальную программу инвестиций в Голливуд, в рамках которой под этим слоганом создавались фильмы, радиопередачи, телевизионные программы²⁸. Таким путем планировалось распространить американские идеи и образ жизни по всему миру, используя в своих целях и журналистику.

Прежде чем любое государство начнет предпринимать определенные шаги для создания нужного облика страны у общественности, оно должно понять, как выглядит на международной арене. Таким образом, ему необходимо узнать, что о нем думают жители других стран.

Представление государства о самом себе и других народах имеет трехкомпонентное строение, которое включает: роли, статус, национальную идентичность, где под национальной идентичностью понимается отождествление людей с той или иной национальной общностью. Каждый из элементов созданного образа может обладать позитивной, негативной или амбивалентной эмоциональной окраской. Также существует такое понятие, как национальная аутентичность – это сохранение и проявление

²⁸ Рожков И. Я. Бренды и имиджи... . С. 65.

этнокультурных особенностей группы (или индивида) в иной социальной среде²⁹.

Сложившийся образ одной страны влияет на всю мировую систему взаимосвязей государств. При этом сформированный облик оказывается более значимым и весомым для построения диалога культур, нежели объективные характеристики данного государства. Например, в ходе выступления на Саммите религиозных лидеров в Москве в июле 2006 г. президент В. В. Путин отметил, что «Миру фактически навязывается конфликт цивилизаций»³⁰. Люди, веря, что в какой-то части земли происходит конфликт между странами, часто руководствуются предложенными им образами, которые поддерживают выводы общественности о столкновениях.

Благодаря СМИ государства транслируют свои национальные идеи, поддерживают имидж и облик, формируют положительное мнение о себе, распространяя информацию в других странах. Сегодня самое сильное влияние на построение образа оказывают телевидение и интернет.

«Если обратиться к азиатскому опыту, то можно рассмотреть случай с Японией, которая планировала вывести свою культуру на мировую арену. Япония хотела отойти от представления о себе, как о промышленной державе, и стать страной с богатым культурным прошлым и сильно выраженным самобытным настоящим»³¹.

Япония предложила модель общественного развития, основанную на национальной культуре. Миссия модели заключалась в том, чтобы приблизить эпоху «восстановления человека». Была разработана новая культурно-имиджевая политика страны. Японцы понимали, что благодаря сообщениям о совместных научных выставках, национальной кухне,

²⁹ Давыдов В. Н. Мультикультуризм: феномен этнокультурной аутентичности в крупном городе // Глобализация и культура. СПб., 2003. С. 166.

³⁰ Киселев И. Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма // Журнал ПОЛИТЭК [Электронный ресурс]. – <http://www.politex.info/content/view/367/30/> (08.04.2007).

³¹ Рожков И. Я. Бренды и имиджи... . С. 65.

спектаклях и т.п. можно сформировать определенный культурный облик страны, установить дружеские связи между государствами, урегулировать политические вопросы.

Следует отметить, что создание образа страны – это процесс долговременный, требующий определенных концептуальных подходов, координации и отслеживания ситуации. Поэтому его формирование может быть полностью контролируемым и выстраиваемым по определенной схеме.

Согласно концепции политолога Э. А. Галумова, существует 3 группы факторов формирования образа или имиджа:

1. Условно-статичные факторы (природный потенциал, национальное и культурное наследие, исторические факты, форма государственного устройства и структура управления).

2. Корректируемые условно-динамичные социологические факторы (социально-психологическое состояние общества, характер деятельности общественных объединений, морально-нравственные аспекты развития общества).

3. Корректируемые условно-динамичные институциональные факторы (экономика, правовое пространство, эффективность властной конструкции)³².

В последние десятилетия в большинстве стран организованы специальные службы, которые занимаются созданием благоприятного фона для политической, социальной и коммерческой деятельности, делая прозрачными и понятными для общественности шаги, предпринимаемые государством³³.

Для продвижения национальных идей и своего положительного образа любой стране необходимо проводить широкомасштабные трансляции информации как внутри страны, так и на мировой арене. Значимое место в

³² Галумов Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования. М., 2003. С. 200.

³³ Рожков И. Я. Бренды и имиджи... . С. 71.

этом процессе занимает пресса, радио и телевидение, культурные мероприятия, деловые встречи и т.п.

Сегодня культура играет значительную роль в международных отношениях. Культурная дипломатия становится все более важной частью национальной дипломатической стратегии. Культура служит задачам распространения позитивного имиджа стран³⁴.

Для построения и поддержания международных отношений при помощи СМИ Южной Кореи важны два аспекта: понимание миром Южной Кореи и понимание Южной Кореей мира. Поэтому страна имеет несколько СМИ, вещающих на многих языках (в том числе и на русском), и проводит различные мероприятия, способствующие развитию корейской культуры. Имея представления о корейской культуре, мир начинает понимать саму корейскую нацию. То же самое можно наблюдать и в России.

Функционирование СМИ и функционирование имиджа тесно взаимосвязаны. Средства массовой информации позволяют оптимизировать процесс создания образа или имиджа целых государств.

1.3. Национальные стереотипы и мифы в СМИ

Стереотип – это устойчивое, эмоционально окрашенное, стандартное представление о социальной группе, предмете, действии или явлении. Он может далеко не всегда соответствовать действительности.

Стереотипы, как правило, определяются исследователями как упрощенное знание, представление, вытекающее из собственного опыта индивида. Однако сегодня именно СМИ играют значительную роль в формировании такого опыта. Хотя стереотип как хранилище базовых знаний о реальности выполняет конструктивную функцию, негативная эмоциональная маркированность этого слова свидетельствует о том, что во многих случаях он приводит к унификации, упрощению сложных явлений, к

³⁴ Почепцов Г. Г. Имиджелогия. СПб., 2012. С. 218.

восприятию их в черно-белой палитре и к формированию «застывших» представлений о мире, который все время меняется³⁵.

Американский журналист, писатель и политический обозреватель Уолтер Липпманн в своей работе «Общественное мнение» дал свою трактовку понятию стереотип, заимствовав термин из сферы книгопечатания. Он сравнивает возникновение того или иного стереотипа в сознании людей с типографскими печатными формами, позволяющими тиражировать материалы без необходимости постоянно делать новый набор³⁶. Липпманн разделяет внешний мир и образ этого мира, некие картины в голове человека. Картины возникают не на основе опыта, а в процессе социализации. Например, невозможно самостоятельно побывать во всех уголках планеты, попробовать все когда-либо приготовленные блюда, познакомиться и близко узнать каждого человека. Поэтому людям рассказывают о мире и показывают его с помощью разных каналов коммуникации, среди которых главную роль играют СМИ.

Окружающая среда огромна, она находится в постоянном изменении, и человек не приспособлен к столь высокому ее разнообразию. Люди склонны к упрощению и шаблонности мышления, и тот факт, что мы имеем сложную действительность, объясняет появление и функционирование стереотипов.

Можно выделить следующие функции стереотипов:

1. Упрощение и систематизация информации.
2. Сохранение и защита ценностей индивида.
3. Межгрупповая дифференциация. Подчеркивается отличие собственной группы от других групп, тем самым укрепляются ее границы.
4. Поддержание позитивной групповой идентичности. Отождествление себя с группой (например, нацией) дает индивиду чувство самоуважения и достоинства.

³⁵ Шестерина А. М. Проблема формирования культурного многообразия медиаполя... . С. 25.

³⁶ Сорокина Н. В. Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации. М., 2014. С. 6.

5. Социальная функция.

Наличие устойчивости у стереотипов дарит человеку уверенность, стабильность и комфорт по отношению к действительности. Ведь очень удобно, когда в голове сложилась определенная картина в отношении какой-то ситуации или факта, в нее верят многие окружающие, это и дарит человеку мысленную опору, возможно даже успокоение. Соответственно дальше он не пытается самостоятельно разобраться в ситуации, копнуть глубже. Сегодня многие россияне представляют азиатов как людей низкого роста, сильно похожих между собой, с очень узкими маленькими глазами, но в действительности это не так. Люди верят в подобный стереотип и сами не стараются его разрушить.

В своей книге Липпманн утверждает, что, возникающие в мыслях предубеждения, управляют всем процессом нашего восприятия знаний. Стереотипы начинают играть роль фильтра, пропускающего в сознание лишь ту информацию, которая им соответствует, что создает барьер для получения более дифференцированных и правдивых представлений о других культурах. То, как человек использует стереотипы в повседневной жизни, зависит от его жизненной философии³⁷. Некоторые люди понимают, что они – малая часть мира, они не в состоянии уловить все аспекты жизни и могут усвоить лишь отдельные фрагменты информации. Они сами чувствуют, где мыслят стереотипами, откуда эти стереотипы начались, и пытаются с ними бороться.

На формирование подобной жизненной философии могут повлиять следующие рекомендации, которые дает Липпманн:

1. Способствовать острому осознанию механизмов стереотипного мышления, субъективизма восприятия.
2. Наблюдать за своей реакцией на полученную информацию.
3. Проверять источники информации³⁸.

³⁷ Сорокина Н. В. Национальные стереотипы... . С. 8.

³⁸ Там же. С. 9.

Одним из важнейших факторов диалога культур и межнациональных отношений являются национальные стереотипы. Представления и образы одних народов о других нациях всегда существовали в любой из культур, это является их устойчивым механизмом взаимодействия.

Наиболее остро проблема национальных стереотипов проявляется в последние годы, чему служит глобализация, конфликты в мировом сообществе, миграционные процессы.

Национальный стереотип – это устойчивый, схематизированный, обладающий эмоционально-оценочным характером, широко распространенный в определенной этнокультурной среде образ своего или чужого народа³⁹.

Совокупность психологических черт представителей той или иной культуры, манера их поведения, образ действий, отношение к окружающему миру определяют национальный характер представителей определенной культуры. Каждый человек пытается отразить совокупность этих устойчивых черт в форме стереотипов. Это служит доказательством истинности стереотипов. Появление определенных национальных черт у народов может объясняться особенностью исторического развития, условиями проживания и климатом.

Связь национальных стереотипов и национальных характеров двусторонняя. При помощи изучения национального характера, можно изучать стереотипы и наоборот. Это две взаимосвязанные вещи.

Синонимичным понятию «национальный характер» можно назвать понятие «менталитет». Менталитет – это глубинный уровень коллективного и индивидуального сознания, включающий и бессознательную совокупность установок, предрасположенность индивида или социальной группы действовать, мыслить, чувствовать и воспринимать мир определенным

³⁹ Сорокина Н. В. Национальные стереотипы... . С. 38.

образом. Он формируется в ходе длительного исторического развития этноса⁴⁰.

Сегодня СМИ, выпуская материалы определенной направленности и отобранной тематики, используя необходимую лексику и другие приемы, транслируют социальные установки, которые регулируют массовое сознание, а соответственно и действия людей.

Немецкая социолог Э. Ноэль-Нойман разработала теорию спирали молчания. Суть ее заключается в том, что общество, ссылаясь на достоверные, по его мнению, средства массовой информации, уверено, что одни факты заслуживают большего внимания и доверия, чем другие. Человеку свойственно разделять мнение большинства, принятое в его окружении, так он поддерживает свой общественный статус. Отказ от принятых стереотипов может грозить ему общественной отстраненностью, «молчанием».

Главной причиной распространения стереотипных идей считается их культивирование в СМИ. Идеи, которые «раскручиваются» журналистами, завоевывают новых сторонников, а носители альтернативных точек зрения «погружаются» в молчание⁴¹.

Стереотипы, передающиеся с помощью средств массовой информации, могут определяться через:

1. Образ, представление.
2. Мнение или суждение.
3. Знание.
4. Установку⁴².

Однажды сформированные отрицательные стереотипы могут в будущем значительно снизить эффективность коммуникации, создав

⁴⁰ Сорокина Н. В. Национальные стереотипы... . С. 76.

⁴¹ Киклевич А. К. Культурные стереотипы в современном мире // Стереотипы и национальные системы ценностей в межкультурной коммуникации. СПб., 2009. С. 104.

⁴² Сорокина Н. В. Национальные стереотипы... . С. 30.

недопонимание, ложные представления, конфликты, вследствие чего может произойти отказ от любых взаимоотношений.

Следует всегда помнить, что любой стереотип очень сложно разрушить. Это касается как образа личности человека, так и целой страны. Доказательством является тот факт, что во многих государствах Россию до сих пор считают очень холодной страной без лета, ее жители любят балет и хорошо умеют пить алкоголь.

Подобные стереотипы называются стереотипами мышления. «Это распространенные в определенной этнической общности устойчивые мыслительные образы, представления об этнических группах, или более широко о группах людей вообще, о предметах, явлениях»⁴³. Каждый индивид неосознанно использует такие стереотипы, когда сталкивается с чем-то непривычным, малоизученным.

Методом укрепления стереотипов в сознании людей является периодическое повторение определенных идей. Другим методом, способствующим созданию и поддержанию стереотипов, является мифотворчество. Мифы влияют на мысли и чувства общества. Их так же трудно разрушить, как и стереотипы.

Миф – это некое сообщение, которое создается с целью определенной коммуникации, оно всегда мотивированно.

Миф способствует преобразованию мира. Он существует с древнейших времен во всех культурах нашей планеты. Благодаря ему устанавливается связь между поколениями. Он функционирует как при недостатке информации, так и при избытке.

Можно выделить следующие группы мифов:

1. Мифы политической и общественной жизни, которые создаются политиками, партиями и СМИ.
2. Религиозные и этнические мифы, связанные с самоидентификацией этноса или верующих.

⁴³ Сорокина Н. В. Национальные стереотипы... . С. 28.

3. Мифы, связанные с «внерелигиозными верованиями» (например, вера в мистический Бермудский треугольник).

4. Мифы массовой культуры⁴⁴.

Сегодня носителем мифа может быть все, а в частности передача на телевидении или радио, опубликованный текст, фотография, кино или реклама. Телевидение воздействует на аудиторию смыслами, выраженными визуальными кодами. Структурно-функциональный анализ актуальных массмедийных практик показывает, что визуализация информации является одной из ведущих тенденций в современном информационном пространстве, значительно изменяющей эффекты массовой коммуникации. Отражение телевидением образа мира в ежедневных программах является неполным, фрагментарным⁴⁵.

На сегодняшний день мифология прочно укоренилась в обществе благодаря тому, что современному потребителю информации важнее не «знание», а мнение, на которое он ориентируется, и от которого он зависит. Человек, постоянно используя доступную глобальную сеть, выступает не только как потребитель мифов, но также как соучастник их создания. Он может делать это как осознанно, так и неосознанно. Человек, веря в миф, подстраивает под него свое поведение. Поэтому миф, который возможно был вымыслом, становится реальностью.

Мы живем в то время, когда потребление информации необходимо каждому в больших количествах ежедневно, человек пытается составить свой целостный взгляд на мир, тем самым продлевая жизнь мифам. Благодаря этому можно говорить о том, что общество не сможет отказаться от мифов.

⁴⁴ Топорков А. Л. Мифы и мифология XX века: традиция и современное восприятие // Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика [Электронный ресурс]. – <http://www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm> (21.03.2001).

⁴⁵ Кузнецова Е. И. Миф как социокультурный феномен в системе массовой коммуникации // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. № 1. Новгород, 2006. С. 556.

По Липпманну, отличительной особенностью мифа является то, что правда и заблуждение, факт и легенда, описание происходящего и вымысел – все находится на одном уровне правдоподобия. Миф в таком случае не обязательно ложен. Он может оказаться полностью верным или же частично. Если он влияет на общество долгое время, то почти все в нем будет истинным. В мифе невозможно критически отделить истину и вымысел.

Функции мифа:

1. Обозначает.
2. Побуждает.
3. Предписывает.
4. Внушает.

Философ и семиотик Ролан Барт утверждает, что миф ничего не скрывает, не пытается приукрасить – он деформирует или отклоняет информацию. Превращение истории в природу – это главный принцип мифа.

Каждый человек способен читать миф тремя способами:

1. Форма мифа воспринимается без двусмысленности.
2. Миф расходится со значением и воспринимается как обман.
3. Миф, его значение, воспринимается двусмысленно⁴⁶.

В XX веке американский политолог Джозеф Най ввел термин «мягкая сила», которая являлась универсальной доктриной управления массами. По Наю мягкая сила предусматривает незаметное воздействие на общество словом с помощью медиаиндустрии и СМИ, использующих различные мифы.

Сегодня мифы, как и стереотипы, распространяются с большой скоростью благодаря массовой коммуникации. Они реализуются в интернете, прессе, на радио и телепередачах, а также в рекламе, фильмах и сериалах. К сожалению, часто информация, поступающая в редакции, подгоняется под уже имеющиеся клише и мифы, а нужные стереотипы еще больше усиливаются.

⁴⁶ Барт Р. Мифологии. М., 2000. С. 253.

В журналистских материалах мифы закрепляются путем часто повторяющихся и ожидаемых тем, сюжетов, используемых фактов, а также благодаря типичным персонажам.

Влияние СМИ на формирование у аудитории образа страны, своеобразной картины мира безусловно. Это влияние проявляется по всем каналам средств массовой информации. Используя мифы и стереотипы (которые могут быть как положительными, так и отрицательными), журналисты создают определенный образ, который продвигается как внутри страны, так и за ее пределами. Сформированный образ неоспоримо влияет на установление и поддержание международных отношений между разными народами.

ГЛАВА 2. РОССИЯ И ЮЖНАЯ КОРЕЯ: ДИАЛОГ КУЛЬТУР В СМИ

2.1. Медиасистема Южной Кореи

Данная работа дает представление о системе средств массовой информации Республики Корея, это обусловлено недостаточной изученностью СМИ страны в отечественной журналистике.

За последние несколько лет Южная Корея достигла больших высот в технологическом плане и стала одной из самых компьютеризированных стран, она занимает лидирующее место среди государств по использованию и доступности интернета, а значит, почти каждый житель Кореи имеет неограниченный доступ к информации.

The screenshot shows a table titled 'Per Capita' with columns for '#', 'COUNTRY', 'AMOUNT', 'DATE', 'GRAPH', and 'HISTORY'. The data is for the year 2012. South Korea is highlighted with a red border in the original image.

#	COUNTRY	AMOUNT	DATE	GRAPH	HISTORY
1	Liechtenstein	802.05	2012		
2	Bermuda	615.75	2010		
3	Monaco	429.36	2012		
4	Switzerland	404.77	2012		
5	Netherlands	393.14	2012		
6	Denmark	382.33	2012		
7	South Korea	365.01	2012		
8	France	364.71	2012		
9	Norway	364.54	2012		
10	Iceland	353.29	2012		

Таблица 1. Интернет-пользователи высокоскоростных сетей.

Источник информации: сайт международной статистики «Nation Master».

В таблице показано сравнительное соотношение интернет-пользователей на 1000 человек за 2012 г., имеющих доступ к

высокоскоростной сети. Южная Корея вошла в десятку по результатам, заняв 7 место.

Но столь высокие показатели в Корее были не всегда. «Интернет-революция» произошла в стране лишь на рубеже 1990 – 2000 гг.

До того момента, как интернет появился практически в каждом доме, корейцы получали информацию из печатных и аудиовизуальных СМИ. Современная система южнокорейской прессы складывалась в процессе становления самой страны и политической эволюции общества.

	Первый этап	Второй этап	Третий этап	Четвертый этап
Периодизация	1883-1910	1910-1945	1948-1987	С 1987 по сегодняшний день
Особенности этапа	Появление и развитие первых национальных газет (например, газета «Хансон-сунбо») и первой коммерческой рекламы.	Период колониальной зависимости от Японии. Нейтрализация корейских газет.	Развитие национальной печати после раздела Кореи и образования Республики Корея. Политика СМИ согласовывается с правительством США.	Период современного формирования национальной системы СМИ. Увеличение количества ежедневных газет.

Таблица 2. Этапы становления национальной печати в Южной Корее.

Источник информации: «Медиаскоп».

Современные корейские газеты и журналы – это высокопрофессиональные издания, наполненные оперативной информацией, аналитическими материалами, разнообразной рекламой.

Столица Южной Кореи, Сеул, является информационно-издательским центром страны. Корея в техническом развитии считается одной из передовых, и, чтобы не терять свои показатели, корейская пресса успешно использует возможности интернета.

Большинство газет и журналов создали онлайн версии для того, чтобы не терять свою аудиторию. Но нельзя отрицать тот факт, что, как и во всем мире, сегодня корейская печатная пресса постепенно теряет свои позиции,

вытесняясь информационной службой интернета, который считается одним из наиболее эффективных средств массовой информации. Несмотря на подобную глобальную тенденцию, в Корее процент читающих бумажные СМИ все еще достаточно высок. По числу читателей ежедневной прессы Южная Корея по данным статистики имеет уверенные показатели: на тысячу жителей приходится 450 экземпляров газет⁴⁷.

Структура южнокорейских печатных изданий:

1. Национальные (считаются крупнейшими и наиболее важными).
2. Провинциальные.
3. Экономические (элитарная часть прессы).
4. Таблоидные.
5. Бесплатные издания.
6. Издания на иностранных языках⁴⁸.

Также издания разделяются на:

1. Ежедневные, еженедельные и ежемесячные.
2. Утренние и вечерние (больше характерно для провинциальной прессы).
3. Общей направленности и специализированные.

Сегодня в Корее распространены чеболи . Чебóль – это крупнейшая влиятельная корейская фирма-конгломерат (например, компания Самсунг или Лотте). В свое время медиакомпания привлекли внимание таких чеболей, в результате чего те стали владеть значительной частью акций прессы.

Телевидение в Южной Корее появилось в 1956 г. Первой полномасштабной телевизионной службой в Корее был телеканал «KBS TV». На сегодняшний день насчитывается 39 телестанций, 20 из которых являются коммерческими. Благодаря бесплатному Wi-Fi, доступ к которому есть практически везде, в Корее появилась практика смотреть телеканалы через мобильные телефоны онлайн.

⁴⁷ Круглов Е. В. Пресса Южной Кореи. М., 2005. С. 109.

⁴⁸ Там же. С. 110.

Радиостанции также пользуются спросом у многих корейцев, причем они достаточно популярны среди молодежи. Это происходит за счет привлечения корейских деятелей культуры, актеров и певцов, которые часто приходят на радио, ведут трансляции в открытых студиях, участвуют в различных мероприятиях во время эфира.

Телевидение и радио подразделяются на:

1. Общественное.
2. Частное.
3. Государственное.

Если говорить о свободе прессы в Корее, то по статистике американской исследовательской организации «Freedom House» за 2015 г. пресса страны «частично свободна». Корея имеет показатель 33 из 100, где 100 – это «самая несвободная» пресса.

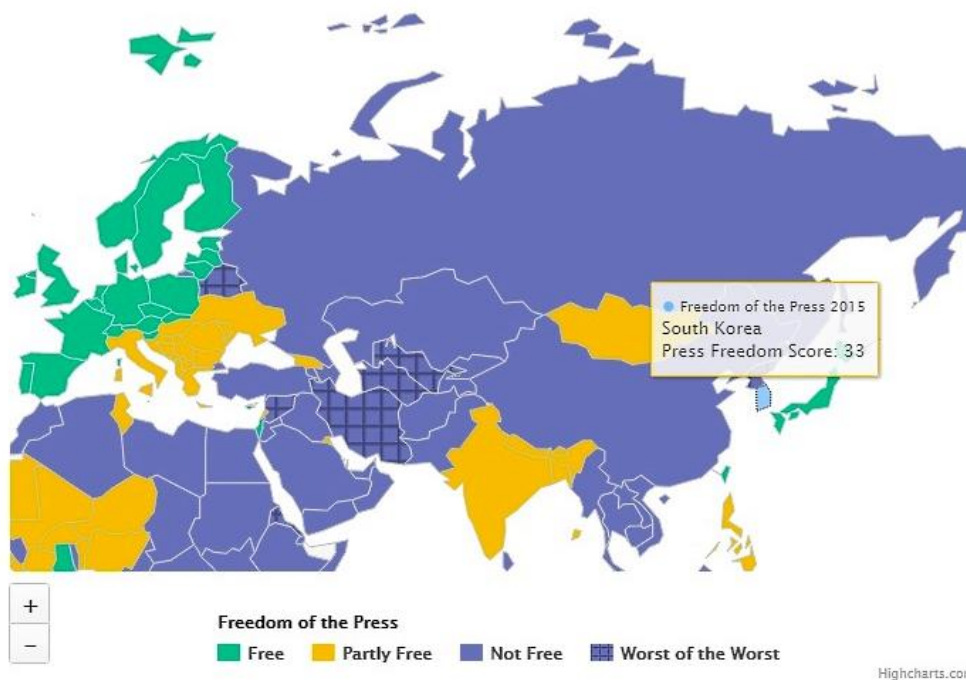


Рисунок 1. Карта свободы прессы за 2015 г.

Источник информации: организация исследований «Freedom House».

2.2. Характеристика анализируемых информационных ресурсов

Нами были отобраны популярные русские и корейские средства массовой информации, рассказывающие своим читателям и зрителям о путешествиях, культуре, традициях и особенностях других стран.

Для работы мы рассмотрели следующие медиа: журналы «Вокруг Света», «Гео», «Русский репортер», телеканал «Моя Планета» (СМИ, выходящие в России), газеты «Russiafocus», «The Chosun Ilbo», телерадиоканал «KBS» (СМИ, выходящие в Корее) за период с 2011 – 2016 гг.

Русские СМИ и издания, выходящие в России:

❖ **«Вокруг Света»** – старейший журнал-трэвелог. Он появился в книжных магазинах Петербурга в 1860 г. в декабре, с датой «январь, 1861». За свою историю сменил несколько издателей и выходил как в Петербурге (Ленинграде), так и в Москве. Первым издателем журнала «Вокруг Света» был Маврикий Осипович Вольф.

На протяжении всей своей истории журнал сохраняет собственные традиции. Это издание о мире, научных открытиях и путешествиях. Журнал сыграл важную роль в развитии интереса у читателей к научно-популярной и фантастической литературе.

«Вокруг Света» сегодня «публикует новые взгляды на известные исторические события, рассказы о знаменитых людях и их судьбах, информацию о научных и географических открытиях, технических достижениях. Большую часть материалов составляют репортажи, подготовленные специально для журнала»⁴⁹.

Издание ежемесячное, объемом более 140 полос. В журнале около 25 рубрик. «Вокруг Света» имеет онлайн версию. Главный редактор – Сергей Апресов;

⁴⁹ Журнал «Вокруг света» // Вокруг Света [Электронный ресурс]. – <http://www.vokrugsveta.ru/vs/>

❖ **«Geo»** – международный научно-популярный журнал, выпускающийся с 1976 г. Впервые стал выходить в Германии и далее распространился в других странах (в России, Южной Корее, Японии, Италии, США и т.д.).

В России «Geo» стал публиковаться с 1998 г. На сегодняшний день половина издания наполнена переводными материалами, другая половина – оригинальными текстами. В конце каждого номера публикуется несколько материалов из журнала «Геолёнок», детской версии «Geo».

«Geo» рассказывает своим читателям об истории, географии, культуре разных народов, путешествиях и т.д. Основным жанром издания считается репортаж.

Главным редактором «Geo», который выходит в России, является Владимир Есипов. Журнал ежемесячный, объемом более 130 полос, около 16 рубрик. Издание имеет онлайн версию;

❖ **«Русский репортер»** – относится к крупному медиахолдингу «Эксперт». Журнал стал выходить в 2007 г., и на сегодняшний день является одним из самых популярных.

Изначально «Русский репортер» начал позиционировать себя как «журнал для людей, которые не боятся перемен, не избегают ответственности, предпочитают сами определять стиль своей жизни»⁵⁰. Журнал не является научно-популярным изданием, но мы выбрали его для работы, так как в нем часто печатаются репортажи о путешествиях и тексты культурной направленности. Также журнал освещает события из мира политики, общества, образования, науки и бизнеса. Помимо обычных репортажей, журнал знаменит своими качественными фоторепортажами с разных уголков света.

Издание имеет онлайн версию. Журнал «Русский репортер» еженедельный, с объемом около 80 полос. Имеет приблизительно 17 рубрик. Главным редактором является Виталий Лейбин;

⁵⁰ Русский репортер // Эксперт online [Электронный ресурс]. – http://expert.ru/russian_reporter/about/

❖ **«Моя Планета»** – один из главных российских познавательных каналов о путешествиях, истории, культуре, науке, людях и животных. Является круглосуточным.

«Моя Планета» входит в пакет неэфирных каналов «Цифровое телевидение» и предлагает зрителям отечественные и зарубежные программы и документальные проекты. «Моя Планета» размещает свою рекламу в таких журналах, как: «Вокруг Света» и «Geo».

«Основу эфира телеканала составляет контент собственного производства: каждый год творческий коллектив канала создает более 300 документальных фильмов, телеканал располагает собственной системой профессиональных закупок документального материала, службой дистрибуции и маркетинга, а также обширной библиотекой программ»⁵¹.

Канал имеет собственную миссию: побудить аудиторию к приключениям, путешествиям, желанию узнать что-то новое и неизведанное.

На сайте участники клуба «Моя Планета» могут самостоятельно публиковать отзывы, фотографии, путевые заметки и материалы разных жанров, тем самым активно участвуя в жизни канала.

Главный редактор телеканала – Николай Табашников.

Корейские СМИ и издания, выходящие в Корею:

❖ **«The Chosun Ilbo»** – одна из самых крупных современных южнокорейских газет. Была основана в 1920 г. японцами во время японской оккупации Кореи.

В «The Chosun Ilbo» печатаются национальные и мировые новости из сфер политики, культуры, спорта. Также там можно найти инфографику и мнения экспертов. На сайте газеты публикуются актуальные «фотографии дня» и различные видеоматериалы.

Издание старается давать честную и точную информацию своей аудитории, публикуя материалы разной направленности. Чтобы оправдать

⁵¹ Телеканал «Моя Планета» // Моя Планета [Электронный ресурс]. – <http://www.moya-planeta.ru/about/>

доверие читателей, «The Chosun Ilbo» стремится к подаче качественных журналистских текстов⁵².

Газета имеет еженедельную, ежемесячную, а также онлайн версию (См: Приложение № 2). Главный редактор издания – Ким Чхан Ги;

❖ **«Russiafocus»** – газета о России, выпускаемая в Корее. Издание относится к международному проекту «Russia Beyond the Headlines», запущенному «Российской газетой» в 2007 г. Ее онлайн версия выходит на многих языках (например, французском, испанском, японском, болгарском и т.д.).

Как отметил Чрезвычайный и Полномочный Посол Российской Федерации в Республике Корея (с 2009 – 2014 гг.) Константин Внуков: «Приложение RBTH, отражающее российскую точку зрения на наиболее важные международные события, несомненно, способствует созданию в южнокорейском обществе положительного имиджа России, а также получению гражданами Республики Корея более объективной информации о роли РФ на международной арене»⁵³.

Миссия программы и газеты⁵⁴: *“RBTH 는 러시아 사회와 해외 독자를 이어주는 연결고리가 되어 객관성과 전문성을 갖춘 국제적 대화를 위한 미디어의 장을 제공하고자 합니다”*
// «Программа RBTH является связующим звеном, соединяющим русское общество и зарубежных читателей, она служит местом для международного диалога»⁵⁵.

«Russiafocus» пишет материалы о России на такие темы, как: экономика, общество, мнения, путешествия и культура.

«Russiafocus» – это ежемесячная газета, объем 8 полос. Главный редактор издания – Елена Ким;

⁵² About us // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – <http://english.chosun.com/about.html>

⁵³ Издание о России Russia Focus названо брендом года в Корее // Российская газета [Электронный ресурс]. – <http://rg.ru/2014/11/27/focus-anons.html>

⁵⁴ Здесь и далее все переводы сделаны нами.

⁵⁵ 프로젝트 소개 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – <http://russiafocus.co.kr/about>

❖ **«KBS» (Korean Broadcasting System)** – это крупнейшая телерадиокомпания Южной Кореи, которая была основана в 1927 г. «KBS» работает наравне с такими большими корейскими телерадиокомпаниями, как «MBC» и «SBS», известными по всей стране. Это единственная радиостанция Южной Кореи, вещающее более чем на 11 языках мира.

Телеканал стремится сделать свои передачи полезнее и интереснее, чтобы контент стал привлекательнее для аудитории. «KBS» ежедневно предоставляет множество развлекательных программ, также производит качественные документальные фильмы. Канал финансируется за счет общественности. Передачи культурной направленности, исторические программы и сериалы транслируются по дополнительным каналам «KBS TV1» и «KBS TV2».

Основная цель радиостанции – «укрепление дружбы и взаимопонимания между народами Кореи и другими странами путем предоставления посредством новостей и разнообразных программ точной и своевременной информации о жизни страны утренней свежести, о ее культуре и традициях.

Всемирное радио «KBS» является также важным каналом связи с исторической родиной для 7 млн. корейцев, проживающих за пределами Корейского полуострова»⁵⁶.

Радиостанция имеет свой сайт с русскоязычной версией. На интернет-странице аудитория может найти последние новости страны, прослушать регулярные программы, посвященные культуре, туризму, политике, новым технологиям и экономике. Для тех, кто по каким-то причинам не может воспроизвести передачи онлайн, тексты из эфиров публикуются на сайте в печатном виде.

Редакция русского отдела включает в себя не только корейцев, знающих русский язык, но и русских, которые занимаются редактированием

⁵⁶ О Всемирном радио KBS // KBS World Radio [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/about/about_kbsworld.htm

и корректировкой материалов, а также записью отдельных рубрик на радио. Это помогает адаптировать тексты под русскую аудиторию.

«KBS» старается поддерживать связь со своими слушателями и читателями через интерактивность. Радиостанция устраивает различные конкурсы с ценными традиционными призами, опросы и викторины, способствующие установлению более тесного контакта с аудиторией.

Редактор русского отдела радио «KBS» – Ли Э Ри, редактор телеканала на сайте не указан.

2.3. Жанрово-композиционные особенности и проблематика отобранных русских материалов о Корее

Способы формирования образа Южной Кореи и России мы проанализируем по следующим направлениям:

- тематика и проблематика;
- жанрово-композиционное своеобразие;
- выразительные ресурсы публикаций;

Мы рассмотрим публикации и передачи с 2011 – 2016 гг.

❖ Тематика и проблематика:

Тема и проблематика журналистского материала всегда «обладает ярко выраженной функциональной заданностью. Она является прямым откликом на происходящие в обществе изменения, явления, а также на общественные потребности, поэтому можно сказать о том, что материал журналиста – это результат социального заказа»⁵⁷. Выбранная журналистом тема будущего материала играет одну из главных ролей для создания образа страны.

При определении темы журналисту всегда необходимо помнить о задании редакции, о современных тенденциях и потребностях читателей и зрителей. В своем материале автор, обращаясь возможно к достаточно часто используемым темам, уже рассмотренным под разным углом, должен уметь

⁵⁷ Горохов В. М. Закономерности публицистического творчества. М., 1975. С. 63.

заинтересовать аудиторию, добиться от нее эмоционального отклика. Исходя из этого, от удачно выбранной темы и четко обозначенной проблематики текста зависит успех материала.

Сравнивая количество публикаций о Южной Корее с количеством текстов и программ, например, о Китае или Японии, Корея значительно проигрывает азиатским соседям. Несмотря на подобное отставание, материалы о Корее встречаются с достаточно частой периодичностью в СМИ, которые мы выбрали для исследования.

В отобранных нами изданиях мы нашли 110 материалов, относящихся к Южной Корее и упоминающих ее (сюда входят публикации и телепередачи).

	Вокруг Света	Geo	Русский репортер	Моя планета	Общее количество
Количество материалов о Корее	34	12	44	20	110
География	4	-	-	-	4
Дети	4	2	-	-	6
Жизнь и общество	3	1	2	5	11
Искусство	-	-	4	2	6
История	5	1	3	1	10
Люди	-	-	8	-	8
Медицина	-	-	2	-	2
Наука и инновации	4	3	3	2	12
Национальная кухня	-	-	1	4	5
Образование	-	1	1	-	2
Политика	-	1	3	-	4
Путешествия	-	-	-	14	14
Северная Корея – Южная Корея	1	-	1	-	2
Случайный факт	-	-	7	-	7
Спорт	-	3	9	-	12
Культура	4	-	4	-	8
Техника	2	-	-	-	2
Экология	1	-	-	1	2
Язык	2	-	1	-	3

Таблица 3. Тематика материалов о Южной Корее.

В таблице приведено количество материалов о Южной Корее на разную тематику в медиа за 2011 – 2016 гг. Красным цветом выделено зафиксированное наибольшее число материалов на определенную тему. На

основе проведенной статистики, самыми популярными темами, которые затрагиваются в изданиях, оказались: путешествия, наука и инновации, спорт, общество и история страны.

Главным проводником материалов о путешествиях и жизни в Южной Корее является телеканал «Моя Планета» с передачами и текстами, опубликованными на сайте. Журналисты путешествуют по стране, демонстрируя современную Корею и корейский быт в следующих программах:

1. Человек Мира с Андреем Понкратовым. Корейский дневник.
2. Неспкойной ночи. Сеул (в 2-х частях).
3. Мировые рынки. Южная Корея. Рынки Сеула.
4. Мировые рынки. Южная Корея. Пусан. Рынок Чагальчи.
5. Планета вкусов. Корея. На дне. Ассорти из морепродуктов.
6. Планета вкусов. Корея. Королевская трапеза.

Для того чтобы тематика материалов была понятна русской аудитории, журналисты дают разъяснения и объяснения корейским названиям. И ради возбуждения интереса у читателей и зрителей в текстах и передачах авторы рассказывают о современных реалиях корейской жизни через описание исторических фактов. Приведем ниже несколько примеров.

«Ханбок надевается по праздничным случаям, особенно на свадьбах. Эта одежда пришла к нам из далекого прошлого. Самое древнее изображение человека, одетого в ханбок, можно видеть на стенной росписи III века до н.э. Конечно, со временем костюм трансформировался, подлаживаясь под современность»⁵⁸.

«Название района Хэунде (Haeundae) происходит от корейского учёного и поэта IX века династии Силла Чхой Чхи Вон (Choi Chi Won). Он также был известен под псевдонимом Хэун (Haeun) – море и облака.

⁵⁸ Мировые рынки. Южная Корея. Рынки Сеула // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moya-planeta.ru/video/view/mirovye_rynki_juzhnaya_koreya_rynki_seula_18054/ [00:12:08-00:12:30] (24.12.15).

Проплывая мимо острова Тонбэк (Dongbaek Island), он был так поражен красотой пляжа, что построил павильон в его окрестностях. На пляже сохранился камень с каллиграфией поэта»⁵⁹.

«– То Гён Сон рассказал мне за чашкой чая, что монастырь Гонбонгса стоит на этом месте больше 700 лет. Его неоднократно сжигали во время войн, но всякий раз восстанавливали. Все проживающие здесь – вегетарианцы, кроме собаки. Поэтому я могу рассчитывать только на растительную пищу. Что же, монастырская атмосфера способствует смирению, как никакая другая»⁶⁰.

Канал дает возможность своей аудитории узнать не только о Сеуле, столице Южной Кореи, но также и о других не столь популярных у путешественников городах. Примером может служить материал про город Ульсан.

«Ульсан является одним из крупнейших корейских промышленных центров. Расположен на юго-востоке страны на берегу Японского моря. Корейцы, в свою очередь, обижаются, когда Японское море называют Японским. Они называют его Южным. В городе находится множество промышленных предприятий, в том числе центральный офис корпорации Hyundai»⁶¹.

Следует отметить, что «Моя Планета» – единственное СМИ, раскрывшее тему национальной корейской кухни, которая берет свои традиции из далекого прошлого. С помощью передач, мы узнаем о таких блюдах, как бибимпаб, цим дак, кимпаб и острой закуске кимчи, без которой

⁵⁹ Hugo Che (псевдоним). Прогулки по Пусану, Южная Корея // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moya-planeta.ru/reports/view/progulki_po_pusanu_juzhnaya_koreya_1854/ (25.10.13).

⁶⁰ Планета вкусов. Корея. На дне. Ассорти из морепродуктов // Там же [Электронный ресурс]. – http://www.moya-planeta.ru/video/view/planeta_vkusov_koreya_na_dne_assorti_iz_moreproduktov_19645/ [00:07:00-00:07:24] (27.01.16).

⁶¹ Рахметова Е. Ульсан – промышленный центр на берегу Японского моря // Там же [Электронный ресурс]. – http://www.moya-planeta.ru/reports/view/ulsan_promyshlennyj_centra_na_bereguyaponskogo_morya_7695/ (13.10.14).

не может обойтись ни один кореец. Путем ярких описаний блюд и красочного визуального ряда, авторы пытаются пробудить в аудитории аппетит, привлечь внимание зрителей и возбудить интерес к необычной корейской кухне. Приведем пример из передачи «Планета Вкусов», где главный ведущий попробовал блюдо из морепродуктов:

«– Идеальное место для тех, кто любит свежие морепродукты. С одной стороны, флотилия рыбацких лодок. С другой стороны, аквариумы, обитателей которых можно не только созерцать, но и... <...> Вкус морского ежа, он не резкий. Он такой тонкий, рыбный. Я бы сказал...лирический. И морской еж сообщил его всему блюду»⁶².

«Моя Планета» часто выпускает передачи про корейскую еду, и приведенная выше цитата, доказывает, что национальная корейская кухня вызывает интерес у аудитории.

Кроме «Моей Планеты» много материалов о жизни корейского народа опубликовал «Русский репортер».

В заметке «Рыбка по-корейски» речь идет о популярном масштабном зимнем фестивале ловли рыбы, куда съезжаются многие корейцы, несмотря на морозы. Отметим, что автор текста дает информацию не только о самом мероприятии, но и особенностях корейского народа (например, в Корее считается нормальным есть свежепойманную рыбу сырой).

«Корейцы ловят рыбу и тут же едят ее сырой на фестивале “Горная форель”, который ежегодно проходит в Южной Корее в январе. Рыбы в местном водоеме, как правило, на всех не хватает, поэтому организаторы привозят тонны живой форели в специальные бассейны»⁶³.

⁶² Планета Вкусов. Корея. На дне. Ассорти из морепродуктов // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moya-planeta.ru/video/view/planeta_vkusov_koreya_na_dne_assorti_iz_moreproduktov_19645/ [00:20:45-00:22:26] (27.01.16).

⁶³ Рыбка по-корейски // Русский репортер. 2014. № 1 – 2. С. 9.

Материал «Чудо корейское» рассказывает о том, как жили корейцы 50 лет назад, о трудностях, с которыми им пришлось столкнуться и о современной жизни.

«Сеул – очень приятный город. Из всех мегаполисов мира он, пожалуй, лидирует по количеству впечатлений на единицу пространства. Здесь можно увидеть и роскошные небоскребы, и аккуратную азиатскую бедность традиционных двухэтажных домов. Здесь почти из каждой точки города видны горы – это создает слегка курортную атмосферу. <...> Здесь красивые и бойкие женщины, чем-то напоминающие разбитных хохлушек. Здесь невозможно прожить и дня, чтобы не увидеть, как снимают кино. Но вместе с тем быть корейцем невероятно тяжело. Гонка за достойную жизнь начинается со школьной скамьи»⁶⁴.

Южная Корея является одной из передовых стран в технологическом плане. Зачастую различные научные и технические разработки сначала появляются там, а затем через какое-то время приходят в Россию. Поэтому одной из самых часто освещаемых и актуальных тем является «наука и инновации», которая затрагивалась во всех рассмотренных нами медиа.

«Многоугольник в Желтом море рядом с южно-корейским Инчхоном, в 65 км к западу от Сеула, к 2017 г. превратится в жилой район площадью 610 га, оснащенный по последнему слову научной и технической мысли. <...> Статус “города будущего” предполагает меры по защите от экологии»⁶⁵.

«Экспериментальная вертикальная ферма разместилась в трехэтажном здании посреди мегаполиса Сувон, в 50 км к югу от Сеула. Выращенный здесь салат стоит вдвое дороже продукции традиционных ферм, признают Чои и его коллеги. Но это только начало»⁶⁶.

⁶⁴ Чудо корейское // Русский репортер. 2013. № 16 – 17. С. 31.

⁶⁵ Вид с неба // Вокруг Света. 2013. № 3. С. 140.

⁶⁶ И что будем есть завтра // Гео. 2012. № 6. С. 56.

«Южная Корея потратит 1,9 млрд долларов, чтобы создать и распространить по всей стране беспроводную интернет связь следующего поколения – 5G»⁶⁷.

«Южнокорейские архитекторы не размениваются на мелочи – они собираются спрятать саму мать-природу под огромные прозрачные колпаки. Живописную горную долину в уезде Йонъян специалисты архитектурно-инженерного бюро Samoo выбрали в качестве площадки для реализации грандиозного природоохранного проекта. Они разработали футуристический концепт Исследовательского центра для исчезающих видов животных и растений (National Research Center for Endangered Species). Главная фишка проекта – гигантские стеклянные полусферы, которые накроют собой участки живой природы в первозданном виде»⁶⁸.

Спорту уделили внимание журналы «Русский репортер» и «Geo». Отметим, что о каких-то особенностях именно корейского спорта издание «Русский репортер» сообщает мало. Чаще всего читатель может найти тексты, посвященные Виктору Ану, бывшему южнокорейскому спортсмену, который выступал на Олимпиаде 2014 за сборную России.

«На коньках у шестикратного Виктора Ана надпись – no pain, no gain (англ. “без боли нет побед”). Девиз русского корейца как нельзя более актуален. Наш лучший шорт-трекист знает все и о победе, и о боли»⁶⁹.

«Кореец Ан Хен Су переехал в Россию когда не смог пробиться в национальную сборную своей родной страны – сказались высокая конкуренция и последствия травмы»⁷⁰.

Журнал «Geo» рассказывает о современном корейском спорте и спорте, который был популярен и обязателен в стране много лет назад.

⁶⁷ Русский репортер. 2014. № 4. С. 17.

⁶⁸ Возможное завтра // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moya-planeta.ru/travel/view/vozmozhnoe_zavtra_6607/ (11.09.14).

⁶⁹ Цырулева М. Селфи с Олимпийским чемпионом // Русский репортер. 2015. № 9. С. 66.

⁷⁰ Лучший спортсмен 2014 г. // Там же. 2014. № 47. С. 52.

«Футбол появился на Корейском полуострове в конце XIX века благодаря английским военным морякам, которые встали на якорь в порту Чемульпо. Местные жители отнеслись к игре настолько серьезно, что уже в 1904 г. футбол стал одним из предметов, изучаемых в Правительственной школе иностранных языков»⁷¹.

«Сборная Южной Кореи готовится завоевать очередное золото в стрельбе из лука – олимпийской дисциплине, в которой корейцы традиционно сильны. Когда-то большинство солдат страны были пешими лучниками, а для поступления на службу в армию нужно было сдавать экзамен по стрельбе из лука»⁷².

«В августе в Сеуле прошел ежегодный Юношеский чемпионат мира по игре го. В финал вышли спортсмены из Кореи и Украины...Го настольная игра, возникшая в Китае около двух с половиной тысяч лет назад»⁷³.

Больше всего материалов, описывающих исторические факты Южной Кореи, опубликовал журнал «Вокруг света».

В заметке «Исторический театр» автор рассказывает о смене дворцового караула корейского дворца Кёнбоккун, эта традиция пришла в Корею со времен правящей династии Чосон:

«Красочная церемония смены дворцового караула у дворца Кёнбоккун в Сеуле вполне может вызвать у иного туриста улыбку: разве так выглядят лихие вояки?! <...> Выбор костюма для торжественных церемоний – обращение к славным страницам национальной истории – действует и в данном случае. Форма нынешней королевской гвардии сделана по мотивам обмундирования дворцовой стражи времен королевской династии Чосон после Имджинской войны 1592 – 1598 гг»⁷⁴.

Из текста мы узнаем, насколько корейцы чтят свою историю, традиции и стараются рассказать об этом путешественникам, посещающим столицу.

⁷¹ Корея // Гео. 2014. № 6. С. 65.

⁷² Лучник // Там же. 2012. № 8. С. 40.

⁷³ Древняя игра // Там же. 2013. № 2. С. 154.

⁷⁴ Исторический театр // Вокруг Света. 2011. № 5. С. 105.

Материал доказывает, что корейцы хотят как можно больше рассказать о своей культуре миру. Подобные тексты заинтересовывают, они становятся культурным мостиком между Кореей и читателем.

В публикации «Цветовое деление» автор сообщает о традиционной национальной одежде ханбок, которую корейцы одевают и в нынешнее время на различные праздники (См: Приложение № 3). Данный вид одежды вошел в обиход корейских граждан со времен эпохи Чосон. Многие из нас знают такие слова, как кимоно, юката, ципао, (японские и китайские традиционные одежды), но в СМИ информация про корейские одеяния встречается достаточно редко, поэтому данный материал особенно интересен.

«По цвету ханбока можно определить статус человека. Так, зеленая блуза женщины говорит о том, что перед нами семейная пара – незамужняя девушка была бы в желтой блузе»⁷⁵.

Незнакомые русскому читателю слова поясняются автором, чтобы непонятный материал не оттолкнул читателя. Например: «чогори» это традиционный жакет, который носят исключительно мужчины, а «чхима» – это пышная женская юбка, состоящая из нескольких слоев.

Судя по публикациям, чаще всего авторы пишут об исторических фактах, касающихся именно королевских семей. Одним из примеров может послужить текст о королевском святилище:

«Когда построили старейшее королевское святилище в Корее? В конце XIV в. Первое святилище Чонмё создали по приказу правителя Тхэчжо. Во время одной из войн оно пострадало, ныне существующее здание возведено в XVI в.»⁷⁶.

В целом можно сказать, что тематика материалов о Корее в рассматриваемых нами изданиях очень разнообразна. В каждом из журналов популярна какая-то определенная тема. Часто в одном тексте затрагивается несколько тем, тесно связанных между собой. Благодаря этому, аудитория

⁷⁵ Цветовое деление // Вокруг Света. 2014. № 1. С. 27.

⁷⁶ Когда построили старейшее королевское святилище в Корее? // Там же. 2015. № 3. С. 119.

может узнать Южную Корею с разных сторон. Авторы раскрывают темы, используя описания деталей и объясняя иностранные названия, соединяя факты с историческими событиями, что помогает связать историю с современной Кореей.

Судя по текстам, обращенным к различным темам, формируется образ корейцев, искренне любящих и ценящих собственную культуру. Это люди, которые стараются поделиться своими традициями с окружающими.

Главные проблемы, которые осветили СМИ за обозначенный нами период:

1. Отношение Северной Кореи и Южной Кореи.

На сегодняшний день проблема взаимоотношений двух стран остается актуальной и очевидной. Атмосфера на корейском полуострове нестабильна. Ситуация ежедневно меняется то в лучшую, то в худшую сторону.

«Вокруг Света» в своем материале «Две Кореи» опубликовал инфографику, с помощью которой автор сравнивает две страны, также в тексте журналист перечисляет опасения, мешающие Северу объединиться с Югом (См: Приложение № 4)⁷⁷.

2. Невероятная загруженность учеников в учебных заведениях.

О склонности корейцев к постоянной работе знают многие, но о корейском культе образования стали говорить совсем недавно. Корейские школьники испытывают сильнейший стресс и всеобщее давление при подготовке к выпускным экзаменам.

«Самый важный день в жизни южнокорейского школьника – выпускной экзамен в начале ноября. От количества баллов на этом испытании зависит судьба подростков. Серьезно к этому событию относятся не только дети и их родители, но и государство. В назначенный день все госучреждения, а также школы и вузы начинают работать на час позже, чтобы с утра на дорогах не было пробок и никто не опоздал»⁷⁸.

⁷⁷ Две Кореи // Вокруг Света. 2012. № 4. С. 42.

⁷⁸ Культ образования // Гео. 2013. № 12. С. 136.

3. Проблема сексуального рабства в Корее во время Второй мировой войны.

Эта тема освещается не только корейскими и японскими СМИ, но и российскими, она стала причиной охлаждения корейско-японских отношений.

«В 1944 г. японские власти, оккупировавшие корейские территории, призывали незамужних корейских девушек якобы работать в качестве кухарок, прачек и медсестер. После медицинского осмотра всех здоровых кореянок отправляли в бордели»⁷⁹.

❖ Жанрово-композиционное своеобразие:

Большинство анализируемых нами материалов представлено в жанре заметка. Это обусловлено тем, что издания стараются больше информировать своих читателей, расширить их кругозор информацией о новых явлениях, событиях, фактах, не углубляясь в проблему.

	Вокруг Света	Geo	Русский репортер	Моя планета	Общее количество
Количество материалов о Корее	34	12	44	20	110
Заметка	24	9	27	2	62
Интервью	-	-	3	-	3
Обзор	-	-	-	6	6
Путевой очерк	-	-	-	6	6
Репортаж	-	1	2	4	7
Рецензия	-	-	2	-	2
Статья	-	1	5	-	6
Фотозаметка	4	-	2	2	4
Инфографика	1	-	-	-	1
Статистика и рейтинг	5	1	3	-	9

Таблица 4. Жанры материалов о Южной Корее.

В таблице приведены все жанры анализируемых нами материалов и их количество. Красным выделены самые часто используемые жанры.

А. А. Тертычный в своей книге «Жанры периодической печати» дает определение заметке. «Жанровое определение “заметка” соотносится с типом

⁷⁹ Корейская история насилия // Русский репортер. 2015. № 10. С. 15.

материала, отличающегося небольшими размерами, в котором излагаются результаты определенного изучения предмета выступления (знакомства с этим предметом). В таких материалах обычно не рассказывается о его глубине, отсутствуют авторские эмоции, которыми оно сопровождалось, и т.п. Главное для заметки – именно краткое изложение результата изучения, «сигнализирование» о существовании (или отсутствии), основных чертах какого-то явления, события, человека, проблемы»⁸⁰.

В материалах о Корее превалирует именно фактологическая информация, поэтому, например, статья не является популярным жанром. Из-за наибольшего количества материалов в жанре заметка, общая картина восприятия образа Кореи становится поверхностной. У читателя нет возможности углубиться в содержание и рассмотреть тему с разных позиций.

«В столице работает добровольная программа “День без автомобиля” – водители сами выбирают, в какой рабочий день им отказаться от машины. Это дает скидку на парковку в остальные дни»⁸¹.

«Все больше корейских женщин считают брак ненужным: 40% кореянок, состоящих в гражданском браке, не планируют официально зарегистрировать свои отношения»⁸².

«Ученые из Южной Кореи и КНДР возобновят работу по созданию Большого словаря корейского языка. Справочное издание будет содержать свыше 300 тыс. слов и охватит все диалекты, распространенные на Корейском полуострове»⁸³.

Следующим по популярности жанром идет репортаж. Журналист, описывая происходящие события, создает эффект присутствия, тем самым увлекая читателя за собой. Благодаря описываемым автором деталям, аудитория может легче вообразить картину происходящего и сформировать цельный образ.

⁸⁰ Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М., 2006. С. 152.

⁸¹ Вокруг Света. 2015. № 6. С. 27.

⁸² Русский репортер. 2014. № 13. С. 19.

⁸³ Там же. № 6. С. 19.

«Мы входим в огромный банный комплекс с бассейнами и парными. Все облачаются в футболки и шорты, полученные на входе. Однако никто и не думает купаться – народ ложиться спать. Прямо на полу. Оказывается, бани – это и есть тайные спальни Сеула»⁸⁴.

Найти репортаж можно во всех СМИ, кроме «Вокруг Света».

«Очерк считается основным жанром художественной телепублицистики»⁸⁵. Путевой очерк (как разновидность телевизионного жанра), в котором затрагивается Южная Корея, встречается у телеканала «Моя Планета». «Из всех очерковых форм путевой очерк в наибольшей мере претендует на авантюренность сюжета (первоначальный смысл слово “авантюра” – “приключение”). Подобная авантюренность задается самим характером подготовки данного типа публикации. Поскольку путевой очерк представляет собой описание неких событий, происшествий, встреч с разными людьми, с которыми автор сталкивается в ходе своего творческого путешествия (поездки, командировки и пр.), то и сюжет очерка отражает собой последовательность этих событий, происшествий, встреч, являющихся содержанием приключений журналиста»⁸⁶. Отсюда можно сделать вывод, что путевой очерк отлично подходит для телевизионных программ о путешествиях.

Практически все материалы имеют яркие фотографии, некоторые из которых могут занимать целую полосу (См: Приложение № 5). Иллюстрации и рисунки отсутствуют лишь в небольших заметках и публикациях с инфографикой и статистикой, в которых часто упоминается Южная Корея.

Заголовочный комплекс встречается только у репортажей, статей и некоторых заметок. В основном заметки ограничиваются лишь названием, привлекающим внимание аудитории. Например, «Тайный агент», «Прогулка

⁸⁴ Оливер-Мария Шмитт. Неспящие в Сеуле // Гео. 2012. № 6. С. 56.

⁸⁵ Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа // Глава 3. Основные телевизионные жанры. Бишкек. 2001 [Электронный ресурс]. – <http://www.evartist.narod.ru/text1/09.htm>

⁸⁶ Тертычный А. А. Жанры периодической печати... . С. 203.

по воде», «Фонтан лунной радуги», «Замок без ключей». Заголовки нейтральные. Редко встречаются внутритекстовые нейтральные подзаголовки.

❖ Выразительные ресурсы публикаций:

Средства выразительности – это те выразительные средства, цель которых заключается в усилении выразительности речи. Они призваны делать ее богаче, ярче. Задача их состоит в том, чтобы привлечь внимание читателя и заставить задуматься.

В текстах медиа, которые мы анализируем, встречаются предложения с однородными членами, которые помогают в детализации описываемых картин. Следовательно, публикации становятся красочнее и насыщеннее, аудитория может почувствовать себя ближе к Корее, лучше представить себе происходящее, словно находясь на месте события.

Приведем пример отрывков, в которых есть предложения с однородными членами:

«Три часа ночи, для кимчи еще рановато. В лабиринте рыночных улочек еще бурлит жизнь. *Одежда, ремни, кисточки для рисования, электрочайники, сушеная рыба, игрушки, очки, орехи, телефоны...* И посреди всего этого магазины, торгующие женьшенем, где в стеклянных сосудах заспиртованы чудо-корни»⁸⁷.

«Пусан – город контрастов. На первый взгляд он может показаться *грязным, шумным, неприветливым*. Но чем больше вы узнаете его, тем больше он открывается вам. *Море, горы, небоскребы, рыбные рынки и уличные лавки с самым острым токтоги (рисовые "клёцки" в соусе из красного перца) в Корее, маленькие улочки с ветхими традиционными домиками и блестящий Centum City, парки затерянные в горах, ворчливые таксисты и ужасно неудобное метро*»⁸⁸.

⁸⁷ Оливер-Мария Шмитт. Неспящие в Сеуле // Geo. 2012. № 6. С. 56.

⁸⁸ Hugo Che (псевдоним). Прогулки по Пусану, Южная Корея // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moya-planeta.ru/reports/view/progulki_po_pusanu_juzhnaya_koreya_1854/ (25.10.13).

«Поэтому Ли с остальными мальчиками умывается только холодной водой, перетаскивает бревна из конца в конец лагеря и бегает по морозу. Да и воспринимают такой отдых ребята как большое приключение. Еще бы: *поносить военную форму, поваляться в грязи, походить строем, попеть песни у костра...* Многие воспитанники хотят вернуться сюда снова»⁸⁹.

Используемые во фрагментах материалов однородные члены предложения делают тексты более динамичными и красочными. Мы словно наблюдаем за происходящим глазами автора, оказавшись на одном из корейских рынков, работающих по ночам, или на одном из пляжей города Пусан, откуда открывается одновременно вид на горы и небоскребы.

В текстах авторы употребляют такие тропы, как метафора, сравнение, олицетворение, чтобы сделать публикации ярче и интереснее. Тропы придают текстам выразительность.

«Дождавшись героя суматохи, фоторепортеры проводили *корейского дракона* бурным шквалом характерных щелчков своей аппаратуры. Взлет нового А330 коллеги охарактеризовали как “грациозный”. Я почувствовала себя *бесчувственным сухарем*, ничего не смыслящим в красоте»⁹⁰.

В одном из материалов «Русского репортера» автор называет себя «бесчувственным сухарем», употребляя метафору. Он передает свое отношение к сложившейся ситуации, показывая, что не замечает какой-либо красоты во взлете нового самолета.

Журналист использует в тексте перифразу. «Перифразой называется описательный оборот, употребляемый вместо какого-либо слова»⁹¹. Автор текста наделяет самолет чертами, свойственными дракону, вводя в текст перифразу «корейский дракон», которая носит метафорический характер. В сознании читателя сразу появляется образ, характеризующийся плавностью и легкостью движений, но в тоже время обладающий скоростью и характером.

⁸⁹ Тест на стойкость // Гео. 2012. № 3. С. 154.

⁹⁰ Квашина М. Воздушный пибимпап // Русский репортер. 2015. № 16. С. 80.

⁹¹ Голуб И. Б. Стилистика русского языка // Глава 2. Фразеологическая стилистика [Электронный ресурс]. – <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook028/01/> (20.04.16).

Тропы призваны придавать речи и текстам красочность, выразительность. Без них материал становится сухим и скучным. Значение троп исследователи осознали еще в глубокой древности⁹². Поэтому сегодня авторы используют в своих публикациях те или иные средства выразительности.

Большинство анализируемых нами русских изданий – научно-популярные. Задача опубликованных в них текстов – привлечь внимание читателя, сообщить сведения, часто имеющие научное значение, объяснить причины тех или иных явлений. Перед СМИ стоит необходимость формировать общественное мнение. Поэтому в текстах встречается синтез таких стилей как: газетно-публицистический, научный, разговорный. «Разговорная лексика, будучи введенной в книжно-письменную речь, нарушает единство стиля»⁹³.

Употребление разговорной речи оправдано в публицистике. Для современного литературного языка характерно её распространение в различных сферах употребления. Разговорная речь делает читателя и автора ближе друг к другу. Помогает установлению их диалога. Она имеет контактоустанавливающую функцию, поэтому чаще появляется в репортажах и интервью.

В журнале «Вокруг Света» больше всего используется газетно-публицистический стиль, так как там преобладают заметки. В текстах встречаются термины, количество существительных превалирует над глаголами, которые в свою очередь часто имеют «вневременное» значение, присутствует официальность. Иногда в материалах также используются разговорные слова, придающие речи разговорный характер. Поэтому о полном отсутствии разговорной лексики в текстах научно-популярного журнала «Вокруг Света» говорить нельзя.

⁹² Греков В. Ф. Пособие для занятий по русскому языку. М., 2006. С. 28.

⁹³ Кожина М.Н., Дускаева Л.Р. Стилистика русского языка. М., 2012. С. 232.

«Удовлетворить его Республика Корея смогла, *понастроив тепловых электростанций*, работавших на угле и мазуте. А сегодня львиную долю электричества в стране – почти 40% – обеспечивают АЭС. Доля ТЭС, в том числе работающих на *биотопливе*, чуть меньше, а в ближайшем будущем страна делает ставку на *альтернативную энергетику*»⁹⁴.

В данном фрагменте текста наблюдаются:

- Специальная лексика. Термины: тепловые электростанции, уголь, мазут, электричество, биотопливо, альтернативная энергетика;
- Разговорная лексика (понастроив);
- Общепотребительная лексика (страна).

Как упоминалось ранее, разговорная лексика чаще всего встречается в репортажах и интервью. В репортаже «Бремя белого инженера» журнала «Русский репортер», герой применяет просторечия.

«– Шутите? Они не *дурнее* нас с вами. А то и умнее»⁹⁵.

«– Я как-то так удачно попал, что на мне начали реально *пахать* чуть ли не с первого дня»⁹⁶.

Слова «дурнее» и «пахать» являются просторечными⁹⁷. Благодаря подобной лексике автор создает особую атмосферу, и читатель может представить себе характер героя, а также понять его отношение к работе в корейской компании, где трудиться приходится не покладая сил.

Сочетание слов различной стилистической окраски в речи на телевидении – явление также распространенное.

Ведущие телеканала «Моя Планета» используют общепотребительную и специальную лексику. Разговорные и просторечные слова употребляют нечасто. Они нужны для установления контакта с аудиторией, передачи оценки ведущего по отношению к факту или явлению. Также с помощью разговорной лексики журналист создает определенный

⁹⁴ Вокруг Света. 2011. № 3. С. 184.

⁹⁵ Бремя белого инженера // Русский репортер. 2011. № 50. С. 16.

⁹⁶ Там же. С. 18.

⁹⁷ Ожегов С. И. Словарь русского языка. М., 2004. С. 179.

образ того, о чем идет речь, воздействуя на зрителя. Ведущий Артем Хворостухин в своей передаче «Неспокойной ночи» в разговорной речи часто прибегает к приему иронии:

«На этот раз у нас ночь в городе, где жители первую половину жизни учатся, а вторую половину работают. И единственное свободное время у них ночью. Меня зовут Артем Хворостухин, и я узнаю, на что готовы променять сон эти *трудоголики*»⁹⁸.

Телеведущий Александр Пряников в программе «Мировые рынки. Южная Корея», попав на один из самых знаменитых вещевых рынков Сеула, использует разговорную лексику, оценивая популярный рынок. Благодаря используемой лексике зритель сразу понимает, что на рынке Тондэмуна можно найти множество модной одежды:

«Друзья мои, вот это ассортимент! Двадцать восемь этажей, *битком забитые* дизайнерской одеждой. Уж на что я старый модник, но тут снимаю шляпу»⁹⁹.

Еще несколько примеров разговорной лексики, которую Пряников использует для передачи своей оценки:

«Приезжать в Пусан я вам рекомендую либо весной (в мае-апреле), либо осень (с сентября по ноябрь). Летом здесь *жарковато*»¹⁰⁰.

«Серьезный бизнес! В принципе, европейцы им особо не нужны. Друзья, *адски* устал втягивать живот (во время примерки рубашки на рынке). Пойду, переоденусь»¹⁰¹.

⁹⁸ Неспокойной ночи. Сеул. Часть 1 // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planeta.ru/video/view/nespokojnoj_nochi_seul_chast_1_18110/ [00:00:51-00:01:07] (03.01.16.).

⁹⁹ Мировые рынки. Южная Корея. Рынки Сеула // Там же [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planeta.ru/video/view/mirovye_rynki_juzhnaya_koreya_rynki_seula_18054/ [00:03:54-00:04:05] (24.12.15).

¹⁰⁰ Мировые рынки. Южная Корея. Пусан. Рынок Чагальчи // Там же [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planeta.ru/video/view/mirovye_rynki_juzhnaya_koreya_pusan_rynok_chagalchi_17795/ [00:43:37-00:43:47] (24.11.15).

Разговорная лексика, будь то лексика, используемая в прессе или на телевидении, настраивает аудиторию на дружеский лад, тем самым располагая к себе.

Большинство материалов, которые мы анализировали, являются небольшими заметками. В них авторская позиция проявляется слабо, так как авторы не стремятся дать собственную оценку тем или иным фактам. В текстах часто отсутствует оценочная лексика, поэтому аудитория не может узнать мысли автора, ей остается делать выводы самостоятельно, не основываясь на мнении журналиста.

Оценочная лексика выражает отношение журналиста к людям, предметам или явлениям, способствуя созданию в сознании аудитории необходимого образа Южной Кореи.

В материале «Русского репортера» про новый корейский самолет, автор употребляет оценочные слова, в которых проявляется авторская позиция по отношению к знаменитому корейскому сервису.

«– *Sorry, it's not a public place*, – красивые улыбающиеся корейки зорко следили за тем, чтобы никто не проскользнул в закрытую от просмотра зону. Но двум репортерам удалось провести милых стюардесс и сделать пару фотографий, которыми они потом хвастались перед другими»¹⁰².

Журналист дает положительную оценку стюардессам, на основе которой у читателей складывается приятный образ работниц: девушки с хорошим настроением, милые и красивые. Представляя стюардесс, человек оценивает всю корейскую авиакомпанию.

В репортаже от телеканала «Моя Планета» автор рассказывает о том, как посетил один из пусанских монастырей:

«Очень *интересный* жертвенник организован рядом со старейшим строением монастыря. Это камень и черепичный *заборчик* (не выше фута от

¹⁰¹ Мировые рынки. Южная Корея. Рынки Сеула // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moya-planeta.ru/video/view/mirovye_rynki_juzhnaya_koreya_rynki_seula_18054/ [00:06:07-00:06:15] (24.12.15).

¹⁰² Квашина М. Воздушный пибимпап // Русский репортер. 2015. №7. С. 80.

земли), а вокруг молящиеся строят небольшие каменные *пирамидки* и оставляют различные изображения Будды»¹⁰³.

Журналист использует в словах «заборчик» и «пирамидки» разговорные суффиксы, а также применяет в тексте оценочное слово «интересный». Подобные слова передают читателям положительные эмоции автора. Аудитория понимает, что монастырь журналисту понравился и туда следует съездить.

Проанализировав тексты по следующим направлениям (тематика и проблематика, жанрово-композиционное своеобразие, выразительные ресурсы публикаций), мы выяснили способы, благодаря которым создается определенный культурный образ Южной Кореи в отобранных нами СМИ.

Медиа публикуют материалы разной тематики, но в большинстве своем придерживаются одних и тех же тем: история, спорт, путешествия и наука. Поэтому аудитория имеет достаточно поверхностное представление, касающееся таких непопулярных тем, как образование в Корее, корейская медицина, география, искусство.

В основном авторы текстов нацелены на информирование аудитории, поэтому проблематика текстов не столь разнообразна. Самыми главными проблемами, обозначенными журналистами, были: отношение Северной и Южной Кореи, непростая жизнь корейских учащихся и корейско-японский конфликт.

Жанры текстов четко выражены, хотя на сегодняшний день актуально их смешение. Особое предпочтение издания отдают заметке и репортажу. В материалах, написанных в данных популярных жанрах, практически всегда можно встретить заголовочный комплекс, привлекающий внимание читателей.

¹⁰³ Кулик М. Пусан (Южная Корея). Часть вторая «Монастырь Помоса» // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moya-planeta.ru/reports/view/pusan_juzhnaya_koreya_chast_vtoraya_monastyr_pomosa_6768/ (20.04.16).

Для установления контакта со зрителями и читателями авторы текстов прибегают к различным средствам выразительности. Например, сравнениям и метафорам. Их использование помогает сделать тексты яркими, наполненными образами.

Также в создании образа Южной Кореи участвуют оценочные слова, которые встречаются в текстах. Благодаря им автор выражает свое мнение, тем самым влияя на формирующийся образ страны в сознании у аудитории.

2.4. Жанрово-композиционные особенности и проблематика отобранных корейских материалов о России

Сегодня Южная Корея заинтересована в развитии и усилении взаимоотношений с Россией. Собственные наблюдения показали, что внимание Кореи к русской культуре с каждым годом возрастает. Об этом можно судить благодаря часто происходящим в Корее культурным мероприятиям, направленным на ознакомление корейского народа с Россией, русскими традициями. Также во многих корейских университетах есть факультеты, где ведется изучение русской литературы и культуры. В корейских фильмах и телесериалах все чаще используется русская речь, а на полках книжных магазинов стоят книги русских классических писателей таких, как Толстой и Достоевский. Корейцы пытаются лучше узнать Россию, поэтому информацию и новости о стране в корейских СМИ можно встретить довольно часто.

Для работы мы рассмотрим публикации и передачи корейских средств массовой информации с 2011 – 2016 гг. Мы проанализируем способы формирования образа России в данных материалах по следующим направлениям:

- тематика и проблематика;
- жанрово-композиционное своеобразие;
- выразительные ресурсы публикаций.

❖ Тематика и проблематика:

Мы нашли 216 материалов, посвященных России за выбранный нами временной период. Чтобы выяснить, какие темы о стране наиболее популярны в отобранных нами изданиях, ниже приведем сравнительный анализ тематики данных текстов и передач.

	The Chosun Ilbo	Russiafocus	KBS	Общее количество
Количество материалов о России	16	112	88	216
Искусство	1	27	8	36
История	-	19	1	20
Культура	1	50	8	59
Люди	-	14	1	15
Медицина	1	3	1	5
Наука и инновации	2	4	3	5
Русская кухня	-	10	1	11
Образование	-	7	1	8
Общество	1	16	2	19
Политика	7	40	62	109
Природа	-	-	2	2
Путешествия	-	38	6	44
Спорт	6	22	5	33
Экология	-	-	2	2
Экономика	-	18	-	18
Язык	-	5	1	6

Таблица 5. Тематика материалов о России.

Анализ показывает, что тематика публикаций о России разнообразна. Красным цветом в таблице выделено зафиксированное наибольшее число материалов на определенную тему. Согласно анализу, большинство текстов рассказывают корейцам о политике, русской культуре и путешествиях по России.

Наибольшее количество материалов, раскрывающих политический образ России, опубликовало «KBS». СМИ дает информацию не только о политических отношениях между Южной Кореей и Россией, но также охватывает новости политической сферы, в которых фигурируют другие страны (например, Северная Корея, Китай, США, Япония). Это говорит о том, что корейские СМИ хотят сформировать более полный образ России. Приведем несколько примеров ниже:

«Россия обсудила с США, КНР и Японией ответные меры в отношении запуска Севером ракеты дальнего радиуса действия. По данным МИД России, 8 февраля по инициативе американской стороны состоялся телефонный разговор замминистра иностранных дел России Игоря Моргулова со специальным представителем США по политике в отношении КНДР Сон Кимом»¹⁰⁴.

«Александр Тимонин высоко оценил сотрудничество РК и России во внешней политике, а также в вопросах безопасности и экономики. В заключение он указал на необходимость дальнейшего расширения сфер взаимодействия, в том числе в вопросе активизации обмена кадрами»¹⁰⁵.

«В среду в Сеуле состоялись переговоры президентов РК и России – Пак Кын Хе и Владимира Путина, по окончании которых в присутствии лидеров двух стран подписан ряд межправительственных и межведомственных документов»¹⁰⁶.

По материалам из СМИ Россия имеет образ активного политического участника мировых событий. Благодаря тому, что медиа часто обращаются к этой теме, раскрывается внутренняя политическая обстановка страны. В результате корейская аудитория больше узнает о жизни в России и о деятельности российского правительства.

Большое количество материалов политической направленности также можно встретить в издании «Russiafocus». Газета информирует своих читателей о взаимоотношениях России с другими государствами и о политической ситуации в стране.

¹⁰⁴ Россия обсудила ситуацию на Корейском полуострове с США, КНР и Японией // KBS World Radio [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_In_detail.htm?No=42462&id=In (09.02.16).

¹⁰⁵ Россия пытается поддержать стабильность на Корейском полуострове // Там же [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Po_detail.htm?No=38119&id=Po (06.03.15).

¹⁰⁶ В Сеуле состоялся южнокорейско-российский саммит // Там же [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Po_detail.htm?No=32453&id=Po (13.11.13).

“러시아의 크림 반도 병합을 긍정적으로 보는 러시아인 수가 줄었다. 사회학자들은 '크림의 봄' 뒤에 일어난 성취감이 사라진 데 있다고 분석한다. 정치학자들도 2014 년 러시아 당국이 내린 결정에 대한 재평가가 시작됐다고 보고 있” // «Количество россиян, которые положительно оценивали присоединение Крыма, сократилось. Социологи проанализировали, куда исчезла удовлетворенность от достижения цели после окончания “Крымской весны”. Политологи сообщают, что началась переоценка решений, принятых российскими властями в 2014 г.»¹⁰⁷.

“러시아와 북한은 올가을 위험한 군사활동 예방에 관한 협정을 체결할 계획이다. 협정의 목적은 양국 국경에서 무력 분쟁 발생을 방지하는 데 있다” // «Осенью этого года Россия и Северная Корея планируют подписать соглашение, предотвращающее опасность военных действий. Целью соглашения является недопущение возникновения вооруженных конфликтов на границе двух стран»¹⁰⁸.

“정치적 타협만이 유일한 시리아 위기 해법이다. 이는 17~18 일 양일 영국 북아일랜드에서 개최된 G8 정상회의 공동선언문에서 나온 결론이다” // «Политическое урегулирование является единственным решением кризиса в Сирии. Это заключение из Совместной декларации саммита G8, длившегося 17 – 18 дней в Северной Ирландии»¹⁰⁹.

Согласно проведенному анализу, издание «The Chosun Ilbo» тоже уделяет значительное внимание российской политике.

“*President Park Geun-hye and Russian President Vladimir Putin on Wednesday agreed to cooperate more closely in railway, natural gas and power supply projects in Siberia*” // «Президент Пак Кын Хе и президент России Владимир Путин в среду договорились более тесно сотрудничать в области

¹⁰⁷ Russiafocus. 2015. № 4. С. 3.

¹⁰⁸ Марзаян Г. 러시아에 북한이 필요한 이유 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – <http://russiafocus.co.kr/politics/2015/07/03/47525> (03.07.15).

¹⁰⁹ Ильясенко А. G8 정상들, 시리아 문제 합의 도출 // Там же [Электронный ресурс]. – http://russiafocus.co.kr/politics/2013/06/21/g8_42347 (21.06.13).

железнодорожного сообщения, природного газа и проектов электроснабжения в Сибири»¹¹⁰.

“Following the Geneva meeting, the six-party member countries, namely the two Koreas, the U.S., Russia, China and Japan, are expected to more actively engage in talks with efforts to resolve the North's nuclear issue” // «По итогам встречи в Женеве ожидается, что страны-участницы шестисторонних переговоров, а именно две Кореи, США, Россия, Китай и Япония, будут активнее участвовать в переговорах по урегулированию ядерной проблемы Северной Кореи»¹¹¹.

Тема культуры занимает практически такое же большое место в корейских медиа, как и тема политики. Главным проводником текстов культурной направленности по результату нашего анализа СМИ является издание «Russiafocus». С помощью раскрытия таких тем, как русские обычаи, традиционные праздники, особенности русского быта, происходит привлечение аудитории и популяризация русской культуры. Благодаря этому корейцы начинают лучше понимать русский менталитет, расширяя свои представления о России.

“드미트리예프 가족에게 마트료시카는 미(美)의 기준이자 러시아 여인의 전형이다 <...> 과거 초창기 마트료시카들은 얼굴에 표정이 거의 없었어요. 자기만의 세계에 갇힌, 소박하고 말수없는 여인의 모습이었죠” // «Для семьи Дмитриевых матрешка – это стандарт красоты, образ русской женщины. <...> У первых и самых старых матрешек по существу были почти нереальные черты лица. Они были замкнутыми, скромными и тихими»¹¹².

¹¹⁰ Korea, Russia to Cooperate in Gas, Railway Projects // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2013/11/14/2013111401715.html (14.11.13).

¹¹¹ S. Korea's Top Nuclear Negotiator Visits Russia // Там же [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2011/10/27/2011102700802.html (27.10.11).

¹¹² Яблочкина А. 가족의 상징 마트료시카 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – http://russiafocus.co.kr/arts/2016/05/06/gajogyi-sangjing-mateuryosika_589293 (06.05.16).

Семья Дмитриевых самостоятельно изготавливает дома матрешек, а затем украшает их. Читая текст, возникает облик чистой и невинной русской девушки. Этот образ пытаются сохранить и передать в своих работах Дмитриевы. Из материала читатели узнают не только об особенностях русского характера, но и о традициях.

Отметим, что темы традиций и культуры часто перекликаются. Например, в тексте “*러시아 봄맞이 축제 '2016 마슬레니차' 시작*” // «Русский весенний праздник “Масленица 2016” начинается» речь идет о традиционном празднике масленица, который многие в России любят и с удовольствием отмечают.

“*러시아에서 이번 주는 '마슬레니차' 주간이다 <...> 금년 마슬레니차는 3 월 7 일부터 13 일까지다. 마슬레니차 주간의 각 요일에는 전통에 따라 다양한 행사가 치러진다*” // «На этой неделе в России празднуется масленица. В этом году масленица выпала с 7 – 13 марта. По традиции на каждый день масленицы приходятся различные праздничные мероприятия»¹¹³.

Путем объяснения в тексте незнакомых корейцу слов, автор добивается понимания текста. Например, в публикации поясняются слова, в переводе на русский означающие: заигрыш, лакомка, разгул, посиделки.

Печатные страницы изданий, их онлайн версии, телепередачи знакомят корейскую аудиторию не только с такими известными за рубежом городами, как Москва и Санкт-Петербург, но и с городами, которые стоит посетить путешественнику, решившему посмотреть Россию своими глазами. Например, в программе «*걸어서 세계속으로*» // «Путешествуя повсюду» от телеканала «KBS» ведущий рассказывает о Владивостоке:

“*블라디보스토크 시 변화가에 나가면 바로 볼 수 있는 곳이 중앙광장이다. 볼셰비키 혁명군 동상이 있어 혁명광장이라고도 부른다. 동상은 다양한 혁명군을 상징적으로 표현하고*

¹¹³ Ачинина М. *러시아 봄맞이 축제 '2016 마슬레니차' 시작* // Там же [Электронный ресурс]. – http://russiafocus.co.kr/news/2016/03/11/russia-2016-maslenica_574589 (11.03.16).

있다. 겨울에는 광장 한쪽을 열려 스케이트장으로 쓴다' // «Если выйти на главную улицу Владивостока, то вы сразу увидите Центральную площадь. По-другому эту площадь называют Площадью революции, так как там поставлен памятник большевикам, бойцам-революционерам. Памятник является символом революционной армии. В зимнее время на площади заливают каток»¹¹⁴.

Передача дает представление не только о городах России, но и о ее заповедных местах, озерах и лесах. В одном из выпусков журналисты побывали в лесу, находящемся рядом с Новосибирском.

“여기에 오르자 푸른 소나무 숲이 한 눈에 들어온다. 이 카라칸스키 송림의 넓이는 총 16만 헥타르에 달한다. 그 옛날 이곳은 깊은 바다 지금은 숲의 바다를 이룬다. 계곡 사이 사람의 손길이 닿지 않은 숲을 걸으며 원시 자연을 만난다. 카라칸스키 숲의 오아시스” // «Поднимемся здесь, и перед глазами появится голубой сосновый лес. Караканский бор, протяженность которого 16 гектар. Когда-то на этом месте было глубокое море, сейчас оно стало лесом. Среди аллей, шагая по лесу, который не объять руками, можно встретить далеко простирающуюся природу. Караканский лесной оазис»¹¹⁵.

При помощи ярких описаний, приятного видеоряда, авторы добиваются внимания зрителей.

Тексты, опубликованные в корейских медиа, больше направлены именно на информирование. Поэтому далеко не во всех материалах прослеживается четкая проблематика. В текстах, где проблематику можно определить, отражаются проблемы, связанные с налаживанием международных отношений, борьбой с терроризмом. Также добавим, что в публикациях выделяется проблема популяризации русской культуры.

Приведем несколько примеров, где затрагивается тема политики:

¹¹⁴ 중앙광장의 변신 // KBS [Электронный ресурс]. – <http://travel.kbs.co.kr/info/info02/view.html?vid=8990> [00:00:05-00:00:31] (08.15).

¹¹⁵ 중앙광장의 변신 // Там же [Электронный ресурс]. – <http://travel.kbs.co.kr/info/info02/view.html?vid=4665> [00:01:10-00:02:34] (08.15).

“Russia's state aviation agency has banned Egypt's national carrier from flying to Russia, amid speculation a bomb was planted on the Russian airliner that crashed last month in Egypt's Sinai Peninsula” // «Российское государственное авиационное агентство запретило национального перевозчика Египта для перелетов в Россию, на фоне слухов о подложенной бомбе в российский самолет, разбившийся в прошлом месяце над Синаем»¹¹⁶.

“Russia has expressed concern about the possible deployment in South Korea of a controversial U.S. missile defense system, calling on Seoul to carefully assess both pros and cons” // «Россия выразила озабоченность возможной установки системы ПРО США в Южной Корее, призывая Сеул тщательно оценить все за и против»¹¹⁷.

❖ **Жанрово-композиционное своеобразие:**

Большинство анализируемых нами материалов о России представлено в жанре заметки. Почти во всех медиа, которые мы рассматриваем, отсутствуют аналитические материалы. Можно предположить, что эти СМИ призваны лишь сообщать информацию и факты, без углубления и анализа тем, установления и поиска решения проблем.

	The Chosun Ilbo	Russiafocus	KBS	Общее количество
Количество материалов о России	16	112	88	216
Заметка	15	94	78	187
Видеозарисовка	-	-	10	10
Комментарий	1	-	-	1
Статья	-	18	-	18

Таблица 6. Жанры материалов о России.

В таблице приведены все жанры анализируемых нами материалов и их количество. Красным выделены самые часто используемые жанры.

В результате анализа выяснилось, что за период с 2011 – 2016 гг. был написан только один материал в жанре комментария. Это еще раз доказывает,

¹¹⁶ Russia Bans Egypt's National Carrier // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2015/11/14/2015111400609.html (14.11.15).

¹¹⁷ Russia Worries About THAAD Deployment // Там же [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2015/03/25/2015032501340.html (25.03.15).

что оценка событий, фактов и явлений не является приоритетным для большинства отобранных нами корейских СМИ. Вероятнее всего, средства массовой информации предпочитают писать материалы в жанре заметки для легкости восприятия текстов и универсальности.

В комментарии «автор выражает отношение к актуальным событиям, формулирует связанные с ними задачи и проблемы в форме сжатого анализа недостатков или достижений, а также выражает их оценку и прогноз развития»¹¹⁸.

“Experts say Russia and China confirmed their bond in their joint veto against a UN resolution last month sanctioning Syria. Fueled by its oil revenues, Russia has grown wealthier and is seeking to regain its prominence as a formidable superpower. But can Russia regain its prominence? In October 2010, former Medvedev toured Kunashiri Island in the disputed Southern Kuriles, which the Japanese call Northern Territories. The visit was a show of determination to fight any claims of sovereignty by Japan over them” // «Эксперты говорят о том, что Россия и Китай подтвердили связь в совместном вето против резолюции ООН в прошлом месяце по санкционированию Сирии. Питаемая доходами от продажи нефти, Россия стала богаче и теперь стремится восстановить свои позиции в качестве супер-державы. Но может ли Россия восстановить свою популярность? В октябре 2010 г. Медведев посетил остров Кунашир в оспариваемых южных Курилах, которые японцы называют Северными Территориями. Визит был демонстрацией решительности бороться с любыми претензиями на суверенитет от Японии»¹¹⁹.

Выше приведен пример комментария, автором которого является бывший министр иностранных дел, господин Хан Сун Джу. Он анализирует политику России, опираясь на мнения экспертов. Приводя в пример поездку

¹¹⁸ Тертычный А. А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс]. – <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (25.04.16).

¹¹⁹ Han Sung Joo. Putin's Russia Presents Worries and Opportunities // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2012/03/16/2012031601384.html (16.03.12).

Медведева на Курильские острова, господин Хан аргументирует свое мнение тем, что Россия действительно пытается поднять позиции на мировой арене и улучшить имидж, разобравшись с проблемами международного характера. С помощью данного комментария автор выразил свое отношение по поводу актуальной проблемы.

Яркие, качественные иллюстрации, сопровождающие каждый текст, встречаются лишь у издания «Russiafocus». Газета использует не только фотографии, но еще и рисунки, которые вносят разнообразие на страницы полос (См: Приложение № 6).

«Фотография – мощное средство для акцента на событии. Нет фотографии – нет события»¹²⁰. Иллюстративный материал в изданиях «KBS» и «The Chosun Ilbo» значительно уступает по количеству и качеству изданию «Russiafocus».

Так как в основном анализируемые нами тексты представлены небольшими по своему объему материалами в жанре заметки, у них отсутствует лид и подзаголовки.

Сами заголовки, которые должны привлекать аудиторию в первую очередь, простые. Представляют собой законченные предложения. Ниже приведем пример нескольких заголовков «KBS»:

¹²⁰ Гуртовая Е. А. Фотография в прессе. От замысла к публикации. // Журналистика [Электронный ресурс]. – <http://www.elib.bsu.by/bitstream/123456789/6187/1/18%20%D0%93%D1%83%D1%80%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F.pdf> (28.04.16).

1. «Россия готова поделиться с южнокорейскими экологами опытом сохранения популяции тигров».
2. «Ольга Каниськина из России стала трехкратной чемпионкой мира».
3. «В Москве стартовал международный автопробег к 150-летию переселения корейцев в Россию».
4. «В Сеуле прошел конкурс по русскому языку».
5. «150-летию добровольного переселения корейцев в Россию посвящён международный автопробег».

Такие заголовки не обращают на себя внимания, не интригуют. В них зафиксирована главная суть материала, которая раскрывается в самом тексте.

Подобные заголовки мы встречаем и в издании «The Chosun Ilbo». Несколько примеров:

1. *“First American Joins Russia's Bolshoi Ballet”* // «Первый американец присоединится к русскому большому балету».
2. *“First Human Head Transplant Planned for 2017”* // «Первая пересадка человеческой головы запланирована на 2017».
3. *“Russia Launches First Rocket from New Cosmodrome”* // «Россия запускает первую ракету с нового космодрома».
4. *“3 Sponsors Cut Ties with Sharapova After Positive Drug Test”* // «3 спонсора разорвали отношения с Шараповой, после положительного теста на таблетки».
5. *“Russia Threatens to Cut Off Gas, Coal to Ukraine”* // «Россия грозит отрезать газ, уголь Украине».

Подобные заголовки информативны, не обманывают ожидания читателя. Являются нейтральными и не несут в себе никакой эмоциональной окраски. Отсюда мы можем предположить, что журналисты не ставят перед собой задачу обратить внимание аудитории на тексты с помощью заголовков.

Заголовки, которые использует издание «Russiafocus», интереснее, чем у других анализируемых нами изданий. Это происходит благодаря тому, что

авторы не раскрывают в них всю суть материала, стоящего за заголовком. У читателей появляется интерес и желание прочитать текст дальше. Приведем примеры таких заголовков:

1. “*모스크바와 그 주변의 유네스코 문화유산*” // «Культурное наследие ЮНЕСКО Москвы и ее окрестностей».
2. “*러시아 황제들의 ‘연인들’*” // «“Любители” русских императоров».
3. “*고골의 유머감각*” // «Юмор Гоголя».
4. “*러시아의 ‘금수저’들이 사는 법*” // «“Золотая ложка” – русский способ жизни».
5. “*러시아의 극동 개발 결정 배경*” // «Предпосылки российских решений в области развития Дальнего Востока».

❖ Выразительные ресурсы публикаций:

Как показал анализ текстов по жанрам, большинство материалов «KBS» – это информационная заметка.

«21 мая в Международный аэропорт Инчхон прибыли два амурских тигра женской и мужской особи, обещанные в 2010 году премьер-министром РФ Владимиром Путиным. Оба тигра, родившиеся год назад, отправятся в Большой сеульский парк. После прохождения карантина и адаптации питомцы парка предстанут перед широкой публикой»¹²¹.

«18 мая в Сеуле, в Университете иностранных языков Хангук, прошел конкурс по русскому языку, проводимый уже во второй раз. В роли организаторов мероприятия выступили Исследовательская группа по вопросам Российской Федерации при Институте российских исследований Университета иностранных языков Хангук, Фонд “Русский мир”, Российское посольство в РК, представительство Россотрудничества в РК»¹²².

¹²¹ В РК прибыли два амурских тигра // KBS [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Dm_detail.htm?No=25959&id=Dm (21.05.11).

¹²² В Сеуле прошел конкурс по русскому языку // Там же [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Cu_detail.htm?No=28791&id=Cu (18.05.12).

«Министерство культуры, спорта и туризма РК принимает меры для привлечения российских туристов, число которых начало расти после введения безвизового режима между РК и Россией. 13 июня министерство провело в отеле Lotte в Москве церемонию открытия выставки, посвященной корейской культуре и туризму»¹²³.

В примерах, приведенных выше, отсутствуют какие-либо средства выразительности. Оценочные слова не используются. Сами материалы воспринимаются легко.

Как показал анализ, большинство текстов газеты «The Chosun Ilbo» также написаны в жанре заметка. Таким образом, журналисты рассказывают зрителям о событиях без какого-либо анализа.

Приведем несколько примеров:

“Russian figure skater Evgenia Medvedeva broke Kim Yu-na's world record in the ladies' free skate to win the 2016 ISU World Figure Skating Championships in Boston on Saturday. Medvedeva earned a score of 150.10 points in her free skate, 0.04 points more than Kim's gold medal-winning performance at the 2010 Winter Olympics in Vancouver” // «Русская фигуристка Евгения Медведева побила мировой рекорд Ким Юны в женском свободном катании и выиграла 2016 Мировой чемпионат по фигурному катанию в Бостоне в субботу. Медведева заработала 150.10 очков за свободное катание, что на 0.04 очка опережает результат выступления Ким Юны, получившей за него золотую медаль в 2010 г. на Зимних Олимпийских играх в Ванкувере»¹²⁴.

“Transplants of various organs are now routinely done on human patients in many parts of the world, but all attempts at head transplants done on monkeys quickly resulted in death. However, Canavero predicts that Spiridonov will not only live with his new body, but be able to walk within a year of the operation” //

¹²³ В Москве прошла выставка культуры и туризма в РК // Там же [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Cu_detail.htm?No=34705&id=Cu (14.06.14).

¹²⁴ Russian Skater Breaks Kim Yu-na's Free Skate World Record // Там же [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2016/04/04/2016040401322.html (04.04.16).

«Сейчас пересадка различных органов совершается на людях во многих частях света, но все попытки пересадить голову обезьяны быстро приводили к смерти. Тем не менее, Конаверо прогнозирует, что Спиридонов будет не только жить со своим новым телом, но и сможет ходить менее чем через год после операции»¹²⁵.

“David Hallberg, principle dancer for the American Ballet Theatre in New York, is reversing a trend that started 50 years ago when Rudolf Nureyev became the first Soviet ballet star to defect to the West, followed by Mikhail Baryshnikov. Hallberg officially joins the famous Russian troupe on Thursday, in time for the new season. His first appearance with the Bolshoi will be in “Giselle” // «Дэвид Холлберг, премьер из Американского Балетного Тетра в Нью-Йорке, меняет направление тренда, начавшегося 50 лет назад; когда Рудольф Нуреев стал первым советским танцором балета уехавшим на Запад, и Михаил Барышников последовал его примеру. Холлберг официально присоединится к труппе в четверг, в самое время для нового сезона. Его первым появлением будет “Жизель”»¹²⁶.

В материалах прослеживается точность, лаконичность. Беспристрастность также есть в публикациях, так как речь лишена эмоций. Но следует отметить, что во всех текстах присутствует информативная насыщенность. Отсюда можно сделать вывод, что стиль материалов – это смешение официально-делового и газетно-публицистического стиля.

В заметках газеты «Russiafocus» оценочные слова также не используются:

¹²⁵ Russian First Human Head Transplant Planned for 2017 // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2016/05/03/2016050300558.html (03.05.16).

¹²⁶ First American Joins Russia's Bolshoi Ballet // Там же [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2011/09/22/2011092200372.html (22.09.11).

“북우랄과 극지권에서 즐기는 겨울 낚시는 진정한 남자들을 위한 혹한기 레저다” // «Веселая рыбалка на Севере и северном Урале – это морозный отдых для настоящих мужчин»¹²⁷.

“영토가 광활한 시베리아는 전 세계의 다양한 차 문화를 흡수했을 뿐만 아니라 자신만의 개성 있고 독창적인 전통을 발전시켰다” // «Огромная территория Сибири не только впитала в себя различные культуры чая со всего мира, но и разработала свою собственную индивидуальность и уникальные традиции»¹²⁸.

Так как авторы издания предпочитают использовать жанр заметка, то оценочные слова в материалах встречаются очень редко:

“트레치야코프 미술관의 회화 컬렉션은 세계적으로 가장 유명하며, 러시아 성상화의 걸작에서 이동전람회 화가들의 사실주의를 거쳐 20 세기 초 비타협적이었던 아방가르드 미술에 이르기까지 러시아 미술의 모든 족적을 담고 있다” // «Коллекция художественных работ в Третьяковской галереи одна из самых знаменитых в мире. В ней собраны все произведения художников русского реализма начала XX в., начиная от авангардного искусства, которое было *превосходно*»¹²⁹.

Оценочная лексика отражает мнение журналиста к людям или явлениям, способствуя формированию у корейской аудитории образа России.

Как мы выяснили ранее, в материалах изданий «KBS», «The Chosun Ilbo» и «Russiafocus» отсутствуют оценочные слова и любые средства выразительности, которые призваны усиливать выразительность речи. Также большинство материалов написаны в жанре заметки, в которой авторы не высказывают свое мнение, мысли или прогнозы.

¹²⁷ Крипкива А. 사시사철 여행 가능한 우랄 최고의 관광코스 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – <http://russiafocus.co.kr/travel/2014/04/02/44223> (02.02.14).

¹²⁸ Груздева А. 고대엔 설탕 씹으며 초르니 차이 한 모금씩 ... 최근엔 허브차 즐겨 // Там же [Электронный ресурс]. – <http://russiafocus.co.kr/arts/2015/07/06/47533> (06.07.15).

¹²⁹ Иванов С. 러시아 미술 수집가 톱 5 // Там же [Электронный ресурс]. – http://russiafocus.co.kr/arts/2014/11/25/5_46123 (25.11.14).

Нами были проанализированы материалы по следующим категориям: тематика и проблематика, жанрово-композиционное своеобразие, выразительные ресурсы публикаций. Нам удалось выявить способы, благодаря которым журналисты формируют определенный культурный образ России в отобранных нами СМИ.

Материалы, опубликованные в корейских медиа, очень схожи по тематике с публикациями и передачами, вышедшими в русских СМИ с 2011 – 2016 гг. Самыми популярными темами в корейских СМИ оказались: политика, культура и путешествия. Журналисты чаще всего раскрывают именно данные темы, создавая образ России, который впоследствии имеет большое значение при культурном диалоге двух стран.

Среди используемых жанров всех корейских медиа, лидирующим оказался жанр заметки. В материалах такого жанра лаконично и точно предоставляется информация о тех или иных событиях и явлениях. Публикации выполняют лишь информирующую функцию. Именно поэтому в большинстве материалов отсутствуют средства выразительности и оценочная лексика.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной дипломной работе исследовались способы и методы формирования культурного образа России и Южной Кореи через диалог культур в средствах массовой информации двух стран.

Для нашего исследования мы проанализировали следующие издания, вышедшие в свет с 2011 – 2016 гг.: журналы «Вокруг Света», «Geo», «Русский репортер», телеканал «Моя Планета» (выходят в России), газеты «Russiafocus», «The Chosun Ilbo», телерадиоканал «KBS» (выходят в Корее). Всего нами изучено 326 материалов. Из них 110 – про Корею и 216 – про Россию.

Для достижения поставленной цели исследования мы рассмотрели понятие «диалог культур» сквозь призму выбранной нами темы. В современном обществе возникает множество конфликтов между народами. Это происходит из-за расхождения в понимании целей, направлений сотрудничества, разного образа жизни и мировоззрений. Мы выяснили, что по средствам культурного диалога через СМИ, можно добиться решения вышеуказанных проблем.

Информация, которую передают журналистские материалы, влияет на видение мира и поведение людей, образовывая новую медиарельность. СМИ являются каналом межкультурной коммуникации. Они имеют возможность формировать как положительный образ государств, поддерживать их имидж, так и создавать в обществе мифы и стереотипы, которые трудно разрушить.

В XXI в. для успешного культурного диалога через журналистский материал журналист должен обладать способностью ставить себя на место представителя другой культуры, стремиться к пониманию иного мировоззрения.

На сегодняшний день в русских и корейских СМИ установился прочный диалог культур, который поддерживается материалами, раскрывающими облик России и Южной Кореи. Мы выяснили, что при

помощи публикаций и передач, освещающих различные темы и проблемы, журналисты формируют определенные образы у аудитории, популяризируя разные культуры. На основе проведенного нами анализа оказалось, что чаще всего русские СМИ, упоминая в своих материалах Корею, пишут о корейском обществе, истории страны, научных открытиях и инновациях, а также о путешествиях по Южной Корее и национальном спорте. В свою очередь, корейские СМИ чаще всего освещают материалы культурной, политической направленности, не забывая рассказывать и о путешествиях по России.

В своих произведениях журналисты обеих стран используют различные жанры, но чаще всего они публикуют тексты в жанре заметки, так как их материалы направлены больше на информирование читателей и зрителей.

Во время исследования мы убедились, что, для привлечения внимания, возбуждения интереса и расширения кругозора у аудитории, а в дальнейшем для формирования образа стран и популяризации культур, СМИ используют яркие, качественные фотографии и иллюстрации, привлекательный видеоряд, заголовочный комплекс в текстах, а также средства выразительности и оценочную лексику.

Русско-корейские отношения находятся в постоянном изменении. Диалог двух стран поддерживается при помощи СМИ, которые также развиваются быстрыми темпами, что во многом происходит благодаря техническому прогрессу. Обе страны уже давно проявляют интерес друг к другу в сфере международных, культурных, политических и экономических отношений, за счет чего изучение диалога культур России и Южной Кореи через СМИ будет актуальным еще долгое время. В перспективе для более глубокого понимания темы, можно изучить взаимоотношение двух стран в динамике и дать прогноз развитию межкультурных отношений. В рамках темы можно охватить большее количество СМИ различной направленности, например общественно-политические издания.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Артановский С. Н. Историческое единство человечества и взаимное влияние культур. Философско-методологический анализ современных зарубежных концепций. Ленинград: Просвещение, 1967. – 268 с.
2. Барт Р. Мифологии. М.: Издательство им. Собашниковых, 2000. – 320 с.
3. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. – 423 с.
4. Библер В. С. Михаил Михайлович Бахтин, или Поэтика культуры. М.: Издательство Прогресс, Гнозис, 1991. – 176 с.
5. Воронцов А. В., Евсеев В. В. Северная Корея: выйти из тупика // Россия в глобальной политике [Электронный ресурс]. – http://www.globalaffairs.ru/number/n_5751 (20.12.15). – Электрон. версия печ. публикации.
6. Выступление Президента России В. В. Путина в Национальном собрании Республики Корея // МИД РФ [Электронный ресурс]. – http://www.mid.ru/maps/kr/-/asset_publisher/PR7UbfssNImL/content/id/589072/pop_up?_101_INSTANCE_PR7UbfssNImL_viewMode=print&_101_INSTANCE_PR7UbfssNImL_qrIndex=0 (20.12.15).
7. Галумов Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003. – 446 с.
8. Главные новости // ТАСС [Электронный ресурс]. – <http://tass.ru/glavnie-novosti/671683> (23.12.15).
9. Голуб И. Б. Стилистика русского языка // Глава 2. Фразеологическая стилистика [Электронный ресурс]. – <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook028/01/> (20.04.16). – Электрон. версия печ. публикации.
10. Горохов В. М. Закономерности публицистического творчества. М.: Мысль, 1975. – 192 с.

11. Греков В. Ф. Пособие для занятий по русскому языку. М.: Просвещение, 2006. – 368 с.
12. Гринберг Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Медиаскоп [Электронный ресурс]. – <http://mediascope.ru/node/252> (11.01.16).
13. Гуртовая Е. А. Фотография в прессе. От замысла к публикации. // Журналистика [Электронный ресурс]. – <http://www.elib.bsu.by/bitstream/123456789/6187/1/18%20%D0%93%D1%83%D1%80%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F.pdf> (28.04.16). – Электрон. версия печ. публикации.
14. Давыдов В. Н. Мультикультуризм: феномен этнокультурной аутентичности в крупном городе // Глобализация и культура. СПб.: Янус, 2003. С. 165 – 169.
15. Зинченко Ю. П. Виртуализация реальности: от психологического инструментария к новой субкультуре // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011. С. 58 – 75.
16. Издание о России Russia Focus названо брендом года в Корее // Российская газета [Электронный ресурс]. – <http://rg.ru/2014/11/27/focus-anons.html> (17.03.16).
17. Качалкин А. Н. Роль СМИ в межнациональном общении. Менталитет и речевой этикет нации // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 216 – 225.
18. Киклевич А. К. Культурные стереотипы в современном мире // Стереотипы и национальные системы ценностей в межкультурной коммуникации. СПб.: Изд-во Невского ин-та языка и культуры, 2009. С. 100 – 114.
19. Киселев И. Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма // Журнал ПОЛИТЭК [Электронный ресурс]. – <http://www.politex.info/content/view/367/30/> (08.04.2016). – Электрон. версия печ. публикации.

20. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа // Глава 3. Основные телевизионные жанры. Бишкек. 2001 [Электронный ресурс]. – <http://www.eartist.narod.ru/text1/09.htm> (28.01.16). – Электрон. версия печ. публикации.
21. Кожина М. Н., Дускаева Л. Р. Стилистика русского языка. М.: Издательство ФЛИНТА: Наука, 2012. – 464 с.
22. Кокшаров Н. В. Взаимодействие, диалог культур. СПб.: Нестор, 2008. – 100 с.
23. Кошлякова М. О. Имидж в системе массовой коммуникации // Знание. Понимание. Умение. № 1. М.: Издательство Московского гуманитарного университета, 2011. С. 218 – 224.
24. Круглов Е. В. Пресса Южной Кореи. М.: Издательство «ВК», 2005. – 228 с.
25. Кузнецова Е. И. Миф как социокультурный феномен в системе массовой коммуникации // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. № 1. Новгород: Изд-во Нижегородского университета, 2006. С. 512 – 519.
26. Ланьков А. Н. Северная Корея: вчера и сегодня. М.: Восточная литература, 1995. – 291 с.
27. Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ. Екатеринбург: Изд-во Урал, 2014. – 200 с.
28. Миронов В. В. Глобальное коммуникационное пространство как фактор трансформации культуры // Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: Изд-во Мокс. ун-та, 2011. С. 216 – 230.
29. О сотрудничестве Санкт-Петербурга и Республики Корея // МИД РФ [Электронный ресурс]. – http://www.mid.ru/web/guest/maps/ru/ru-spe/-/asset_publisher/rFKaR7SWQLVL/content/id/1930642 (23.12.15).
30. Показаньева И. В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства // Медиаскоп [Электронный ресурс]. – <http://www.mediascope.ru/node/1385> (14.02.16).

31. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. СПб.: Филол. ф-т СПбГУ, 2012. – 233 с.
32. Рожков И. Я. Бренды и имиджи. М.: РИП-холдинг, 2006. – 256 с.
33. Русский репортер // Эксперт online [Электронный ресурс]. – http://expert.ru/russian_reporter/about/ (23.04.16).
34. Садохин А. П. Культурная эмпатия в диалоге и коммуникации культур // Межкультурные взаимодействия в условиях глобализации: опыт России и Кореи. СПб.: «Скифия-принт», 2012. С. 14 – 21.
35. Сайко Э. В. Социокультурное пространство диалога. М.: Наука, 1999. – 221 с.
36. Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Корея о культурном сотрудничестве // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс]. – <http://docs.cntd.ru/document/902395151> (23.12.15).
37. Сорокина Н. В. Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации. М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014. – 265 с.
38. Тертычный А. А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс]. – <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (25.04.16).
39. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2006. – 193 с.
40. Топорков А. Л. Мифы и мифология XX века: традиция и современное восприятие // Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика [Электронный ресурс]. – <http://www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm> (24.02.16). – Электрон. версия печ. публикации.
41. Шестерина А. М. Проблема формирования культурного многообразия медиаполя в аспекте психологии восприятия // Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ. Екатеринбург: Изд-во Урал, 2014. С. 25 – 28.

42. Шестерина А. М. Психология журналистики. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2010. – 380 с.

43. Fixed broadband Internet subscribers per 1000: Countries compared // Nation Master [Электронный ресурс]. – <http://www.nationmaster.com/country-info/stats/Media/Internet/Fixed-broadband-Internet-subscribers-per-1000> (17.04.16).

44. Freedom of Press 2015 // Freedom House [Электронный ресурс]. – <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/freedom-press-2015#.VzMbKISLTIU> (17.04.16).

Словари и энциклопедии

1. Ожегов. С. И. Словарь русского языка. М. 2004.
2. Халипов В. Ф., Халипова Е. В. Власть. Политика. Государственная служба [Электронный ресурс]. – http://power_politics.academic.ru/827/%D0%A3%D0%A1%D0%9F%D0%95%D0%A5_%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%98%D0%A2%D0%98%D0%A7%D0%95%D0%A1%D0%9A%D0%98%D0%99

Источники

Газеты

На иностранном языке (корейский)

1. «Russiafocus»
2015: № 4.

Журналы

1. «Вокруг Света»
2011: № 3, № 5;
2012: № 4;
2013: № 3;
2014: № 1;
2015: № 3, № 6.
2. «Русский репортер»
2011: № 50;

2012: № 36;

2013: № 16 – 17;

2014: № 1 – 2, № 4, № 6, № 13, № 47;

2015: № 9, № 10, 16.

3. «Geo»

2012: № 3, № 6, № 8;

2013: № 2, № 12;

2014: № 6.

Телевизионные передачи, электронные ресурсы на официальных сайтах телеканалов

«Моя планета» [Электронный ресурс]. – <http://www.moja-planeta.ru/>

1. Возможное завтра // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planeta.ru/travel/view/vozmozhnoe_zavtra_6607/ (11.09.14).

2. Кулик М. Пусан (Южная Корея). Часть вторая «Монастырь Помоса» // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planeta.ru/reports/view/pusan_juzhnaya_koreya_chast_vtoraya_monastyr_pomosa_6768/ (30.08.14).

3. Мировые рынки. Южная Корея. Пусан. Рынок Чагальчи // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planeta.ru/video/view/mirovye_rynki_juzhnaya_koreya_pusan_rynok_chagalchi_17795/ [00:43:37-00:43:47] (24.11.15).

4. Мировые рынки. Южная Корея. Рынки Сеула // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planeta.ru/video/view/mirovye_rynki_juzhnaya_koreya_rynki_seula_18054/ [00:03:54-00:04:05] (24.12.15).

5. Неспokoйной ночи. Сеул. Часть 1 // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planeta.ru/video/view/nespokojnoj_nochi_seul_chast_1_18110/ [00:00:51-00:01:07] (04.03.16).

6. Планета вкусов. Корея. На дне. Ассорти из морепродуктов // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planet.ru/video/view/planeta_vkusov_koreya_na_dne_assorti_iz_moreproduktov_19645/ [00:07:00-00:07:24] (27.01.16).

1. Рахметова Е. Ульсан – промышленный центр на берегу Японского моря // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planet.ru/reports/view/ulsan_promyshlennyj_centra_na_beregu_yaponskogo_morya_7695/ (13.10.14).

2. Hugo Che. Прогулки по Пусану, Южная Корея // Моя Планета [Электронный ресурс]. – http://www.moja-planet.ru/reports/view/progulki_po_pusanu_juzhnaya_koreya_1854/ (25.10.13).

«KBS» [Электронный ресурс]. – <http://world.kbs.co.kr/russian/>

1. В Москве прошла выставка культуры и туризма в РК // KBS [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Cu_detail.htm?No=34705&id=Cu (14.06.14).

2. В РК прибыли два амурских тигра // KBS [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Dm_detail.htm?No=25959&id=Dm (21.05.11).

3. В Сеуле прошел конкурс по русскому языку // KBS [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Cu_detail.htm?No=28791&id=Cu (18.05.12).

4. В Сеуле состоялся южнокорейско-российский саммит // KBS [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Po_detail.htm?No=32453&id=Po (13.11.13).

5. Россия обсудила ситуацию на Корейском полуострове с США, КНР и Японией // KBS [Электронный ресурс]. –

http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_In_detail.htm?No=42462&id=In
(09.02.16).

6. Россия пытается поддержать стабильность на Корейском полуострове // KBS [Электронный ресурс]. – http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Po_detail.htm?No=38119&id=Po
(06.03.15).

На иностранном языке (корейский)

«KBS» [Электронный ресурс]. – <http://www.kbs.co.kr/>

1. 중앙광장의 변신 // KBS [Электронный ресурс]. – <http://travel.kbs.co.kr/info/info02/view.html?vid=8990> [00:00:05-00:00:31]
(08.15).

2. 중앙광장의 변신 // KBS [Электронный ресурс]. – <http://travel.kbs.co.kr/info/info02/view.html?vid=4665> [00:01:10-00:02:34]
(08.15).

Современные интернет-издания

Газеты

На иностранном языке (английский)

«The Chosun Ilbo» [Электронный ресурс]. – <http://english.chosun.com/>

1. First American Joins Russia's Bolshoi Ballet // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2011/09/22/2011092200372.html
(22.09.11).

2. Han Sung Joo. Putin's Russia Presents Worries and Opportunities // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2012/03/16/2012031601384.html
(16.03.12).

3. Korea, Russia to Cooperate in Gas, Railway Projects // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2013/11/14/2013111401715.html
(14.11.13).

4. Russia Bans Egypt's National Carrie // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2015/11/14/2015111400609.html (14.11.15).
5. Russia Worries About THAAD Deployment // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2015/03/25/2015032501340.html (25.03.15).
6. Russian First Human Head Transplant Planned for 2017 // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2016/05/03/2016050300558.html (03.05.16).
7. Russian Skater Breaks Kim Yu-na's Free Skate World Record // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2016/04/04/2016040401322.html (04.04.16).
8. S. Korea's Top Nuclear Negotiator Visits Russia // The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2011/10/27/2011102700802.html (27.10.11).

На иностранном языке (корейский)

- «**Russiafocus**» [Электронный ресурс]. – <http://russiafocus.co.kr/>
3. Ачинина М. 러시아 봄맞이 축제 '2016 마슬레니차' 시작 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – http://russiafocus.co.kr/news/2016/03/11/russia-2016-maslenica_574589 (11.03.16).
4. Груздева А. 고대엔 설탕 씹으며 초르니 차이 한 모금씩 ... 최근엔 허브차 즐겨 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – <http://russiafocus.co.kr/arts/2015/07/06/47533> (06.07.15).

5. Иванов С. 러시아 미술 수집가 톱 5 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – http://russiafocus.co.kr/arts/2014/11/25/5_46123 (25.11.14).
6. Ильясенко А. G8 정상들, 시리아 문제 합의 도출 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – http://russiafocus.co.kr/politics/2013/06/21/g8_42347 (21.06.13).
7. Крипкова А. 사시사철 여행 가능한 우랄 최고의 관광코스 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – <http://russiafocus.co.kr/travel/2014/04/02/44223> (02.02.14).
8. Марзаян Г. 러시아에 북한이 필요한 이유 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – <http://russiafocus.co.kr/politics/2015/07/03/47525> (03.07.15).
9. Яблочкина А. 가족의 상징 마트료시카 // Russiafocus [Электронный ресурс]. – http://russiafocus.co.kr/arts/2016/05/06/gajogyi-sangjing-mateuryosika_589293 (06.05.16).

ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Приложение № 1: Страна победившего дефицита // Гео. 2012. № 3. С. 35;
2. Приложение № 2: The Chosun Ilbo [Электронный ресурс]. – <http://newsstand.naver.com/>;
3. Приложение № 3: Цветовое деление // Вокруг Света. 2014. № 1. С. 24;
4. Приложение № 4: Две Кореи // Вокруг Света. 2012. № 4. С. 42;
5. Приложение № 5: Южная Корея // Гео. 2012. № 6. С. 58;
6. Приложение № 6: Russiafocus. Номер от 25.09.2015.



КНДР

Страна победившего дефицита

Урок музыки в северокорейском детдоме (фото Юргена Эшера). Эти дети благодаря гуманитарной помощи из-за границы получают вдоволь еды. Но многим их сверстникам повезло меньше. В Северной Корее каждый третий ребенок в возрасте до пяти лет страдает от хронического недоедания. Если бы не иностранная помощь, то ситуация была бы еще хуже. В КНДР правит диктаторский режим, который наглухо отгородился от мира «железным занавесом».

주요연론사 통합/경제 방송/통신 IT 영자지 스포츠/연예 매거진/전문지 지역

조선일보

구독하기 이용자 한마디 05-08 14:58 편집

안산 토막살인범 "망치 준비해서 잠들 때 기다렸다"

오늘의 주요기사

- 전북 김제 대나무숲서 백골 상태의 두개골 발견
- 더민주, 원내지도부 구성 완료... "일구성 협상하자"
- "가습기 살균제 노출 시 '폐 손상 위험도' 116배" 뒤늦게 확인
- "안산 토막살인" 서른살 조성호, 이렇게 생겼습니다

하루 종일 손님 끊이지 않는 79년 된 대장간의 하루
"세계 비핵화 위해 노력"... 김정은의 '말장난'
 해경, 연평도 해상서 불법 조업한 중 어선 2척 나포
 아내의 소득 비중 늘면, 남편의 가사 분담 시간 더 늘까?
 최화정 "늙은 게 예뻐서 하네" 이라는 분들 많겠지만...
 기내서 방정식 흉다 테러리스트로 신고당한 남성의 정체
 검찰도 "이런 악질은 처음"... 학부모에 19억 뜯어낸 사기꾼
 남해 여행하던 미국인, '추락주의' 영어 경고문 보고 '황당'

송중기, 요즘 솔직히 속상하지 않습니다

박병호, 2G 연속 몸에 맞는 공 출루...수비 때 교체
 박병호(30 미네소타 트윈스)가 두 경기 연

'시빌 워', 개봉 10일만 600만 돌파...역대 외화 최고속도
 영화 '캡틴 아메리카: 시빌 워'감독 앤서나

기성용, 약 4개월 만에 2호골 터뜨려
'우결' 조세호·차오루, 요족 전통 결혼식 올려

먹은 다음 날 또 생각나는 6000원짜리 음식
 다섯 살 김시습의 흉, 아이 솜씨 맞아?
 아이들 출신 래퍼의 부업은 대마 밀수?

천년 동안 살게로 살고 있는 집
 피로에 쌓인 눈 지압법?

조선일보 사이트 바로가기 >

자동넘김 빠르게 (15초) >

36 / 49 < >

경제TV SBS 국민일보 전자신문 OSEN OhmyNews NEWSIS 이데일리 조선일보 REUTERS Chosun 매일경제

КОРЕЯ

Цветовое деление

В традиционный костюм ханбок корейцы до сих пор облачаются на свадьбу, Новый год и День благодарения.

По цвету ханбока можно определить статус человека. Так, зеленая блуза женщины на фотографии говорит о том, что перед нами семейная пара — незамужняя девушка была бы в желтой блузе. На корейских свадьбах цвет подсказывает, кто из гостей родители жениха, а кто — невесты: новоиспеченная теща приходит на торжество в розовом платье, а свекровь — в синем.



На мужчине

- ① **Чогори** — просторный жакет, покроя которого напоминает болеро. Мужской чогори мало отличается от женского. Разве что декоративных элементов у мужского жакета поменьше.
- ② **Пачжи** — брюки свободного покроя. Они безразмерны и снабжены на поясе двумя завязками, которые позволяют подгонять брюки по фигуре.
- ③ **Посон** — толстые стеганые носки. Это деталь и женского, и мужского костюма.
- ④ **Комусин** — широкие туфли с загнутыми мысами, высоко (до 5,5 см) поднимающимися над полом. Туфли могут быть из соломы,

кожи или древесины. Деревянные использовали в ненастье, кожаные — в сухую погоду. У знатных особ туфли отделяли шелком.

На женщине

- ⑤ **Чогори** — просторный жакет. Он может быть длинным или едва прикрывать грудь. Манжеты вывают оторочены цветной каймой: если она синяя, значит, женщина воспитывает сына.
- ⑥ **Откорым** — бант, на который завязываются длинные ленты. Узел делается асимметричным, на левую сторону. Завязать такой бант — целое искусство.
- ⑦ **Чхима** — пышная многослойная юбка. Дамы знатного

происхождения имели право надевать по 12 юбок-слоев, оборачиваемых вокруг талии. Завязки на юбках располагались строго с левой стороны. Простые женщины могли носить по 10–11 юбок, но запихивать должны были их только на правую сторону.

⑧ **Пинё** — заколка для волос, по ее виду тоже можно определить социальный статус корейки. Простые женщины пользуются гладкими шпильками из белой латуни. Обеспеченные дамы украшают прическу заколками с гранатовыми вставками, резными узорами. Гладкие изысканные шпильки из нефрита носили замужние дамы высшего сословия.

ЕВРОПА

15 ЛЕТ НАЗАД ЕВРО ПОЛУЧИЛ СТАТУС РАСЧЕТНОЙ ЕДИНИЦЫ. ОФИЦИАЛЬНО ИМ ПОЛЬЗУЮТСЯ 17 ГОСУДАРСТВ ЕВРОСОЮЗА И 4 — ЗА ЕГО ПРЕДЕЛАМИ. ЕЩЕ 10 ЧЛЕНОВ ЕС СОХРАНЯЮТ СОБСТВЕННУЮ ВАЛЮТУ.*

* До 1 января 2014 года — 11



СЕРМАНИЯ

Медведь появился на гербе Берлина в конце XIII века. До 1875 года он носил золотой ошейник — символ подчиненности берлинского магистрата, а до 1918-го делил место с прусским и бранденбургским орлами. Корона была только на гербах городов с королевскими резиденциями и исторических столиц регионов.

ЯПОНИЯ

1 ЯНВАРЯ 1946 ГОДА

РАЗОБЛАЧЕНИЕ БОГА

В этот день император Японии Хирохито под давлением американских оккупационных властей в выступлении по радио отрекся от собственной божественной природы. До этого все правители считались живыми богами («арахитогами»). Хирохито, 124-й император, формально стал первым «человеком» на престоле.

Две Кореи

Рубрику ведет
МИХАИЛ ШИФРИН

17 апреля 2012 года Южная Корея обретает настоящую независимость. Расформируется объединенное командование войск США и южнокорейской армии. Вооруженные силы Республики Корея отныне действуют без руководства извне. Это стало возможно потому, что соотношение сил во внутрикорейском противостоянии складывается не в пользу КНДР

НАСЕЛЕНИЕ
млн человек, 2009



СМЕНИЛОСЬ ГЛАВ ПРАВИТЕЛЬСТВ с 1948 года



ЧИСЛО ПАРТИЙ В ПАРЛАМЕНТЕ 2012



ЧИСЛО ГОСУДАРСТВ, С КОТОРЫМИ УСТАНОВЛЕНЫ ДИПЛОМАТИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ 2012



ГОСБЮДЖЕТ млрд долларов США, 2011



ЭКСПОРТ
млрд долларов США, 2009



ПРОИЗВОДСТВО ЭЛЕКТРИЧЕСТВА
млн кВт·ч, 2009



ПРОИЗВОДСТВО СТАЛИ
млн т, 2009



УРОЖАЙ РИСА
млн т, 2009



ЧИСЛО ДЕЙСТВУЮЩИХ СТАНЦИЙ МЕТРОПОЛИТЕНА 2011



ПРОИЗВОДСТВО АВТОМОБИЛЕЙ
тыс. штук, 2009



СРЕДНИЙ СРОК ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ СЛУЖБЫ В СУХОПУТНЫХ ВОЙСКАХ



ЧИСЛЕННОСТЬ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ тыс. человек, 2012



ДНЕВНОЙ ЗАРАБОТОК РАБОЧЕГО в кг риса, 2011



Дневной паек северокорейского рабочего, занятого тяжелым физическим трудом, составляет 550 г риса; средний дневной заработок для занятых физическим трудом рабочих в Южной Корее 72 доллара, на которые при розничной цене риса 1,5 доллара за килограмм можно купить 48 кг риса.

ДОЛЯ БЕЗРАБОТНЫХ 2011



Государство, единственный работодатель в КНДР, не в состоянии обеспечить работой почти половину населения, которое выживает, занимаясь формально запрещенными мелкими спекуляциями и обслуживанием блошиных рынков.

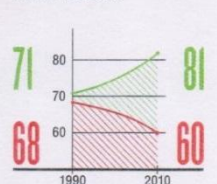
ЧИСЛО УНИВЕРСИТЕТОВ 2011



ЧИСЛО ЗАКЛЮЧЕННЫХ В ЛАГЕРЯХ И ТЮРЬМАХ
тыс. человек, 2011



СРЕДНЯЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ 1990-2010



Выводы

Опасения КНДР, мешающие объединиться с Югом

- Ответственность Трудовой партии за: изгнание около 1,5 млн собственников на Юг с конфискацией имущества; казнь около 70 000 граждан и высылку более 200 000; смерть от голода в 1995-1998 годах 220 000 человек (официально признанная руководством КНДР цифра).
- Около 1 200 000 граждан Южной Кореи — потомки беженцев, готовые предъявить права на землю и недвижимость в Северной Корее.
- В 2010 году 69% перебежчиков на Юг составляли молодые женщины. Остальные граждане КНДР имеют мало шансов хорошо устроиться в капиталистическом обществе.





**중국 전자상거래 업체들
러 업체 제치고 점유율 1위**

중국의 온라인 전자상거래 업체인 알리바바의 러시아 시장 점유율이 2014년 10월 기준 1위로 올라섰다. 지난 1년 동안 러시아 시장 점유율 1위였던 러시아 업체인 야andex은 2위로 밀려났다. 알리바바는 2014년 10월 기준 러시아 전자상거래 시장 점유율 1위 업체로 부상했다. 이는 알리바바가 러시아 전자상거래 시장에서 1위를 차지한 것이다. 알리바바는 2014년 10월 기준 러시아 전자상거래 시장 점유율 1위 업체로 부상했다. 이는 알리바바가 러시아 전자상거래 시장에서 1위를 차지한 것이다.

PAGE 2

**러시아인 절반
"정부 인터넷 검열 원할아"**



러시아인 절반은 인터넷 검열을 원할 것이라고 조사됐다. 최근 러시아에서 실시된 여론조사에 따르면, 러시아인 절반은 인터넷 검열을 원할 것이라고 조사됐다. 이는 러시아인들이 인터넷 검열을 원할 것이라고 생각하는 것이다.

PAGE 4

**러시아의 후세 '포세니니'
장타 등 열고 산책 즐기기**



PAGE 8



**러시아 경제 위기 탈출구 보이나
경제지표 하강속도 느려져
연말께 바닥 확인 기대감 쑥**

러시아 경제 위기 탈출구 보이나 경제지표 하강속도 느려져 연말께 바닥 확인 기대감 쑥. 러시아 경제 위기 탈출구 보이나 경제지표 하강속도 느려져 연말께 바닥 확인 기대감 쑥. 러시아 경제 위기 탈출구 보이나 경제지표 하강속도 느려져 연말께 바닥 확인 기대감 쑥. 러시아 경제 위기 탈출구 보이나 경제지표 하강속도 느려져 연말께 바닥 확인 기대감 쑥.

지금까지 상상하지 못한 러시아를 만나 보세요!

www.russiafocus.co.kr