

О. И. Калинин
Москва, Россия

ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПОЛИТИЧЕСКИХ МЕДИАТЕКСТОВ (НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА)

АННОТАЦИЯ. В статье описываются результаты проведенного контент-анализа публикаций китайских СМИ по тематике событий на Украине за период с ноября 2013 г. по ноябрь 2014 г. Объем выборки — более 500 статей.

Автор, используя методы качественного и количественного контент-анализа, исследует сущностные особенности позиционирования Российской Федерации в ходе освещения «украинского кризиса». В статье на объективных основаниях рассматриваются вопросы выявления политического имиджа России, конструируемого китайскими медиа.

Исследование проводилось при помощи компьютерной программы «Yoshikoder», результаты уточнялись экспертной группой с опорой на словари и опросом среди носителей языка. Процесс формирования политического имиджа изучается с разных точек зрения, приводятся тематические графики и данные относительно распределения сообщений по источникам новостей.

Наиболее значимыми результатами исследования стали следующие выводы: 1) стилистическая окрашенность подавляющего большинства новостных сообщений нейтральная, что свидетельствует о том, что китайские СМИ стараются не формировать конкретной оценки в отношении России; 2) зафиксированные проявления отрицательной или положительной оценочности не несут какой-либо значимой закономерности. Количество новостей с отрицательной оценочностью доминирует при проведении анализа при помощи словаря, а с положительной оценочностью — при проведении опроса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: контент-анализ; медиатекст; политический текст; политический имидж; оценочность.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Калинин Олег Игоревич, 40 кафедра (дальневосточных языков), факультет иностранных языков, федеральное государственное казенное военное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Военный университет»; 125047, г. Москва, ул. Б. Садовая, 14.

Активное участие России в событиях на Украине явилось важнейшим внешнеполитическим событием 2014 г., которое может оказать влияние на всю архитектуру международных отношений, сложившуюся в Европе и мире после распада Советского Союза, поэтому анализ и описание того угла зрения, того подхода к описанию соответствующих событий, который сформировался в китайском медиaprостранстве, крайне важен для понимания имиджа России в КНР и определения возможных перспектив российско-китайского взаимодействия.

В этой связи интересным представляется рассмотреть вопрос освещения указанных событий в китайских СМИ. Подход к происходившим на Украине событиям и освещение участия России в указанных событиях являются очень показательными с точки зрения выявления истинного содержания китайско-российских отношений. Почти все китайские СМИ так или иначе зависимы от политического руководства страны, и поэтому версия событий, опубликованная в СМИ, может признаваться неофициальной, но правительственной точкой зрения.

Это особенно актуально еще потому, что официальное руководство КНР не занимает в принципе никакой позиции, что проявляется в «не осуждении и не одобрении» позиции России на заседаниях Совета Безопасности ООН и в заявлениях представителей дипломатической службы Китая.

Материалом исследования стали 589 новостных сообщений общим объемом более 700 тысяч иероглифов, опубликованные на наиболее посещаемых интернет-сайтах новостного характера китайского сегмента

сети Интернет: «Xinhuanet.com» (примерно 8,5 млн посетителей в месяц), «Cnvtv.cn» (примерно 7,8 млн посетителей в месяц), «People.com.cn» (примерно 6,8 млн посетителей в месяц), «China.com» (примерно 6,4 млн посетителей в месяц), «China.com.cn» (примерно 4,9 млн посетителей в месяц). Эти медиаресурсы либо напрямую связаны с правящей в Китае Коммунистической партией, как, например, газета «Жэньминь жибао» [Жэньминь жибао], которая является официальной газетой КПК, либо связаны с государственной властью, как госканал CCTV [Центральное телевидение Китая] и информационные агентства Синьхуа [Синьхуа] и China.com [China.com].

Для получения более точной и объективной картины, касающейся состояния имиджа Российской Федерации, поддерживаемого и формирующегося в китайских СМИ, выборка новостей производилась нами на протяжении 12 месяцев, с ноября 2013 по ноябрь 2014 г.

Все проанализированные новостные сообщения были разбиты на несколько тематических блоков, описывающих события, вызвавшие наибольший мировой резонанс и наиболее неоднозначные оценки со стороны СМИ разных стран:

- 1) события на Майдане, митинг и противостояние с полицией (11.2013 — 20.02.2014);
- 2) смена власти на Украине (21—23.02.2014);
- 3) вооруженные восстания на юго-востоке Украины, в Одессе и в Крыму (февраль — март 2014 г.);
- 4) референдум в Крыму (март 2014 г.);

- 5) трагедия в Доме Профсоюзов в Одессе (2 мая 2014 г.);
- 6) вооруженное противостояние на юго-востоке Украины, создание ДНР и ЛНР (май — ноябрь 2014 г.);
- 7) крушение пассажирского самолета Малайзийских авиалиний вблизи г. Донецка (июль 2014 г.).

Основой исследования стало проведение качественно-количественного анализа содержания выбранных медиатекстов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных закономерностей.

Согласно В. А. Ядову, «контент-анализ — это перевод в количественные показатели массовой текстовой (или записанной на пленку) информации с последующей статистической ее обработкой» [Ядов 1995: 318].

Контент-анализ является наиболее актуальным видом исследований текстов средств массовой коммуникации. Как отмечает известный исследователь средств массовой коммуникации И. Д. Фомичева, «со всеми возможными „коэффициентами искривления“ контент является также источником познания окружающей действительности, так как индивидуальный или групповой опыт слишком мал, чтобы дать такую возможность» [Фомичева 2007: 267].

Цель контент-анализа — выявить количество и характеристики упоминаний России в свете описания в китайских СМИ событий на Украине в 2013—2014 гг.

Для достижения цели контент-анализа нами были поставлены следующие задачи:

- выделение компонентов текстов, соотносимых с проявлением в тексте авторской позиции относительно России и ее участия в описываемых событиях;
- сбор текстового материала для дальнейшей обработки на предмет выявления положительной, отрицательной или нейтральной авторской оценки;
- подсчет выбранных знаков-символов и синтагм и выявление закономерностей.

Использование метода анализа содержания в настоящей работе обусловлено необходимостью наиболее глубокого и объективного исследования политических медиатекстов китайского языка.

В нашем исследовании единицей анализа является отдельный новостной текст, сообщающий читателю отдельную новость.

Оперируя новостным сюжетом как единицей анализа, мы подсчитали, какое количество новостей по теме событий на Украине в среднем в неделю приходится на тот или иной новостной ресурс, подразумевая, что чем больше упоминаний по исследуемой теме встретится на том или ином сайте, тем больше внимания уделяется данной теме на данном новостном интернет-ресурсе. При этом мы игнорируем разницу в объеме новости, рассматриваем их равноправно, так как каждый текст выражает законченную мысль.

Основной категорией анализа стала тональность новостных сообщений, то есть то, какое представление о России они несут своей аудитории. Для каждой новости предусматривалось 5 возможных вариантов:

- 1) резко негативная;
- 2) скорее негативная;
- 3) нейтральная;
- 4) скорее положительная;
- 5) полностью положительная.

Подобный контент-анализ позволил нам сделать выводы об общем интересе китайской аудитории к описываемым событиям, а также о том, каким образом формируется образ России в китайских СМИ.

Целью количественного и качественного контент-анализа, проведенного нами на примере выборки текстов, является выявление количества и характеристик упоминаний России в китайских СМИ при описании событий на Украине в 2013—2014 гг.

Как указывалось выше, в нашем исследовании единицей анализа является отдельный новостной текст, сообщающий читателю отдельную новость. Средний объем новостных сообщений составляет 1747 знаков, варьируясь в диапазоне от 800 до 2200 знаков на одно новостное сообщение.

Оперируя новостным сюжетом как единицей анализа, мы подсчитали, какое количество новостей по теме событий на Украине в среднем в неделю приходится на тот или иной новостной ресурс, подразумевая, что чем больше упоминаний по исследуемой теме встретится на том или ином сайте, тем больше внимания уделяется данной теме на данном новостном Интернет-ресурсе. Мы игнорируем разницу в объеме новости, рассматриваем их равноправно, так как каждый из них выражает законченную мысль.

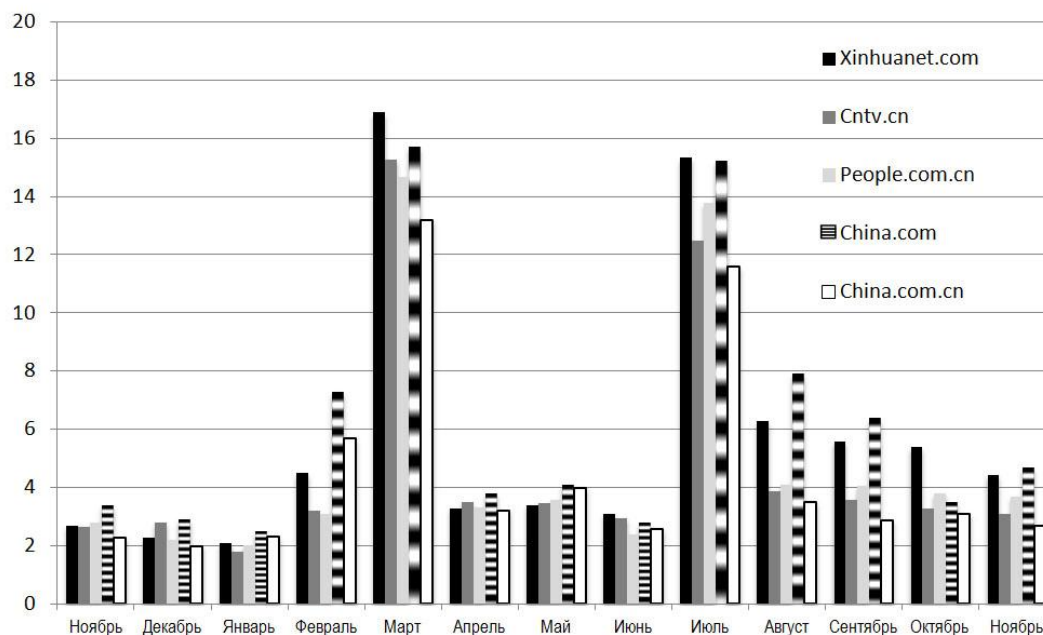


Рис. 1

Количество новостей интересующей нас тематики приведено на графике (рис. 1). Как видно, интерес китайских СМИ к «украинскому вопросу» в целом можно считать весьма низким: в среднем данной теме уделялось только 5,59 % от общего числа публикаций. Это связано с тем, что вообще в Китае интерес средств массовой информации к иностранным новостям не слишком высокий. В любом интернет-СМИ КНР, безусловно, есть раздел 国际 («Международные новости»), но он не является самым популярным и самым востребованным. Так, на сайте агентства Синьхуа целых 38 разделов новостей, в том числе такой, как «Международные новости». Также стоит отметить, что ни на крупнейших новостных порталах, ни на новостных агрегаторах [Baidu] «украинский вопрос» не выделялся в отдельную тему.

На графике видно, что в марте и июле 2014 г. наблюдается резкий скачок частотности публикаций. Это связано с тем, что в это время произошли наиболее знаковые события, вызвавшие самый большой интерес всех мировых СМИ — присоединение Крыма к России (март 2014 г.) и крушение малайзийского «боинга» (июль 2014 г.). Очевидно, что и китайские СМИ не могли проигнорировать эти знаковые в мировой политике события. Стоит отметить, что из всех событий, вместе составивших так называемый «украинский кризис» (乌克兰危机), только непосредственная смена власти на Украине, присоединение Крыма и крушение самолета над Донбассом стали так называемыми 热点新闻 (главными новостями). Можно сделать вывод, что тема Украины не являлась

настолько же значимой для китайской аудитории, как, например, для российской или западной.

Примечательным также является распределение новостей непосредственно по источникам публикации. Несмотря на общие тенденции, связанные с периодическим повышением и понижением интереса к освещению тех или иных событий, закономерным является тот факт, что на протяжении всего периода публикации новостей выборки наибольшее количество новостей про Украину появлялось на порталах агентств Синьхуа и China.com. Это вполне объяснимо и связано с тем, что оба новостных портала стремятся к тому, чтобы быть признанными мировыми СМИ, ориентируются не только на внутреннюю аудиторию, но и активно продвигаются за пределами Китая. Это подтверждают и домены первого уровня, использованные в названии сайтов: .com — это международный домен, используется во всем мире, а .cn предназначен преимущественно для использования в Китае.

Следующим этапом контент-анализа стал количественный подсчет определенных лексем в новостных сообщениях с целью выявления наиболее общих закономерностей. Для подсчета лексических единиц в большом объеме текстов нами использовалась программа «Yoshikoder», которая позволяет создать простейшую кодировочную карту и на ее основе производить подсчет лексических единиц в тексте любого объема.

Задачей для такого подсчета стал анализ упоминаний России в выбранных новостных статьях в сравнении с упоминаниями

Украины, ЕС и США. Для достижения этой цели нами были составлены 3 кодировочных матрицы: «Россия» —

俄罗斯, 俄方, 俄, 莫斯科, 普京, 杜马, 克里姆林宫
«Украина» — 乌克兰, 乌方, 乌, 反对派, 拉达基辅
«США/ЕС» — 美国, 欧盟, 美方, 欧方, 华盛顿, 布鲁塞尔, 德国, 法国, 欧洲, 奥巴马, 欧巴马

Подсчет показал, что всего слова, вошедшие в составленные кодировочные матрицы, составляют 0,146 % от всего объема текста. При этом слова матрицы «Украина» употреблялись больше всего раз — 8256, что составило 0,069 % от общего объема лексических единиц, слова из матрицы «Россия» чуть меньше — 5664, или 0,045%, а слова из матрицы «США/ЕС» еще меньше — 3552, или 0,032%.

Графически распределение между тремя выбранными группами можно изображено на рис. 2.

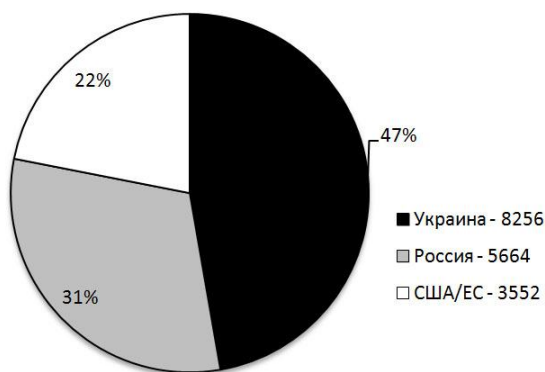


Рис. 2. Распределение упоминаний по кодировочным матрицам

Частотное употребление лексических единиц из матрицы «Украина» вполне объяснимо и закономерно, так как описываемые события непосредственно происходили на территории этой страны. При этом мы видим, что количество упоминаний России в новостях также весьма высоко: оно лишь незначительно ниже, чем упоминания Ук-

раины. Очевидно, что авторы новостных сообщений считают и Россию, и США, и ЕС как минимум сторонами украинского конфликта.

Для подтверждения своего тезиса мы включили в исследование еще одну кодировочную матрицу, «Китай», — 中国, 中方, 北京, 国家主席. Результаты контент-анализа в программе «Yoshikoder» стали вполне предсказуемыми. Слова из кодировочной матрицы «Китай» встречались всего лишь 227 раз — 0,002 % от общего объема текста.

Более детально упоминаемость стран представлена на диаграмме (рис. 3).

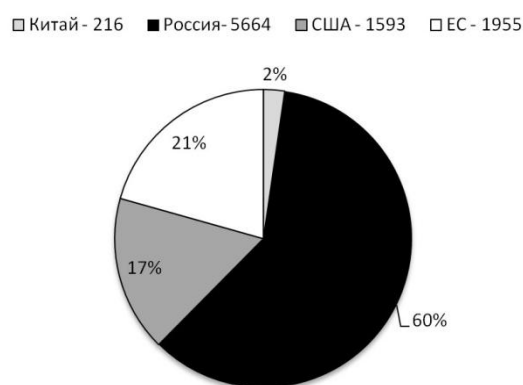


Рис. 3. Упоминаемость стран

Вполне очевидно, что массмедиа не относят Китай к числу сколько-нибудь значимых участников событий, поэтому количество упоминаний КНР ничтожно в сравнении с остальными странами. При этом России и ее роли уделяется большее внимание, чем США и ЕС.

Как упоминалось выше, текстовая выборка проводилась на протяжении одного года. В этой связи представляется интересным рассмотреть количество упоминаний России по месяцам (см. график на рис. 4).

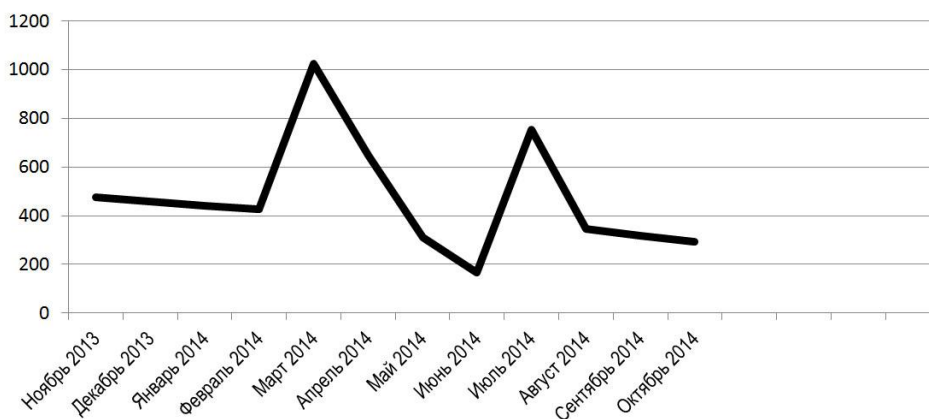


Рис. 4. Упоминания России

На графике (рис. 4) видно, что в количественном отношении в упоминаниях России в китайских СМИ в контексте описания событий на Украине наблюдается два пика. Во временном отношении эти пиковые значения соответствуют графику на рис. 1, где обобщено пропорциональное отношение количества публикаций об Украине к общему числу новостей, и приходятся также на март и июль 2014 г., когда произошли наиболее громкие и знаковые события — присоединение Крыма и крушение «боинга» над Донбассом. Это является вполне объяснимым и закономерным, так как именно в эти события Россия оказалась наиболее вовлеченной.

Характерно, что почти сразу после знакового «возвращения Крыма» интерес китайской аудитории как к теме Украины в целом, так и к участию России в украинском кризисе планомерно утихает вплоть до абсолютного минимума в июне. В это время в повестку дня китайских СМИ входят и внутрикитайские проблемы, такие как техногенная катастрофа в Гуанчжоу, и события других стран, входящих в один с Китаем, Азиатско-Тихоокеанский регион, например смена власти в Таиланде. Количество упоминаний России резко возрастает в июле, когда происходит крушение пассажирского «боинга» и мировые СМИ заполняются версиями относительно причин произошедшего.

Вторая часть контент-анализа, или качественный контент-анализ, предполагает проведение исследования содержания каждой отдельной новости на предмет выявления отношения автора новости к России. Стоит отметить, что из 589 новостных сообщений, которые были нами проанализированы, в подавляющем большинстве, а именно в 548 новостных сообщениях, так или иначе упоминалась Россия, т. е. упоминаемость России в новостных сюжетах составляет 93 %. При этом в 54 новостных сюжетах, что составило 9,1 %, Россия упоминалась и в заголовках.

Приведем примеры заголовков новостей: 俄罗斯援助乌克兰款项将于2014年初陆续到账 — «Кредит России в помощь Украине поступит на счет уже в начале 2014 года»; 美媒: 乌克兰是复兴大俄罗斯的关键 — «Американские СМИ: Украина — это ключ к восстановлению Великой России» и т. д.

Выявление непосредственного имиджа России, а точнее его основных характеристик, довольно трудно провести посредством компьютерной программы, так как составление кодировочной карты в данном случае не представляется возможным. Кроме того, требуется программное обеспечение с более широким набором функций, ко-

торое применительно к китайскому языку отсутствует.

Для получения более достоверных результатов качественный контент-анализ состоял из трех основных этапов:

- 1) определение стилистической окрашенности по словарю;
- 2) проведение опроса носителей языка методом «снежного кома»;
- 3) уточнение данных посредством метод экспертного анализа.

1. На первом этапе для определения совокупного состояния политического образа России, формировавшегося при описании событий на Украине, каждое новостное сообщение, где упоминалась Россия, мы относили к одной из пяти категорий:

- 1) резко негативное;
- 2) скорее негативное;
- 3) нейтральное;
- 4) скорее положительное;
- 5) полностью положительное.

Стилистическую окрашенность отдельной новости мы определяли по отдельным лексическим единицам, использованным для описания событий, прямо или косвенно касавшихся России, а также по лексическому окружению и общей тональности статьи. Окрашенность отдельных лексических единиц мы проверяли по онлайн-словарям: «БКРС» [БКРС] — китайско-русский словарь, позволяющий увидеть весь объем переводимых значений лексической единицы; «Baidu dictionary» [Baidu dictionary] — китайский энциклопедический словарь, предоставляющий всю массу значений отдельных лексических единиц с примерами из художественной литературы и публицистики.

Приведем ряд примеров, которые позволят понять принцип соотнесения отдельных новостных статей с положительной, отрицательной или нейтральной стилистической окрашенностью.

俄罗斯对欧盟则针锋相对、据理力争 — «Россия, в свою очередь, имеет противоположное по отношению к европейскому мнению, она аргументированно и решительно отстаивает свою точку зрения», — это пример из новости со «скорее положительным» отношением к России. Мы видим, что в данном предложении для описания позиции России автором использовано устойчивое выражение 据理力争 (аргументировать и решительно отстаивать свою точку зрения; твердо стоять на своем, приводя доводы и доказательства; упорно отстаивать свою точку зрения с соответствующей аргументацией), обладающее положительным добавочным стилистическим значением, что придает всему предложению положительную стили-

стическую окрашенность и подтверждает положительное отношение автора к России, а значит, формирует положительный образ России у китайской аудитории.

Россия может给予的支持将有助于避免局势失控 — «Помощь, которую, возможно, предоставит Россия, поможет избежать выхода ситуации из-под контроля». Это тоже пример предложения, которое формирует скорее «положительный образ» России. С Россией здесь соотносятся слова 支持 — «помощь», 有助于 — «способствовать, помогать» и сочетание 避免失控 — «избежать выхода из-под контроля». Стоит отметить, что китайский менталитет предполагает определенные опасения относительно раздора, дисбаланса в государстве, различных смут и т. д. Таким образом, описание действий России, которые могут способствовать выходу из смуты, — это шаг к формированию положительного образа нашей страны.

普京的“大礼”对乌政府而言确是及时雨 — «„Торжественный шаг“ Путина, все всякого сомнения, стал для Правительства Украины своевременной помощью», — под «торжественным шагом» в данном предложении понимается кредит, который Россия должна была предоставить Правительству Украины для урегулирования экономического кризиса в конце 2013 г. На первый взгляд кажется, что это предложение формирует положительный образ России, так как мы видим слово 及时雨 — «своевременный дождь, своевременная помощь». Однако несколько саркастическое по тональности выражение 普京的“大礼” — «торжественный шаг, пафосный акт Путина», тем более заключенное в кавычки, что еще сильнее выделяет эту лексему в ряду других лексических единиц, показывает, что отношение автора скорее негативное. Данный тезис подтверждается и общей тональностью оставшейся части новости и ее лексическим окружением.

为了拉拢友邻, 俄罗斯打出一张王牌 — «Для того чтобы перетянуть на свою сторону своего старого друга, у России еще есть козыри». Казалось бы, данное предложение абсолютно нейтрально с точки зрения стилистической окрашенности по отношению

к России. Однако если более внимательно изучить значение каждой лексемы, то мы увидим, что глагол 拉拢 имеет отрицательные коннотации. Его можно перевести как «перетягивать на свою сторону, строить шашни, вербовать, заигрывать», что содержит семантику «обмана» и, естественно, отрицательно сказывается на образе объекта, в отношении которого эта лексическая единица употреблена.

很多普通的俄罗斯人都有这样的奇怪逻辑 — «У множества простых россиян именно такая странная логика». Это предложение также, на первый взгляд, напрямую не оказывает никакого влияния на формирование имиджа России, однако словосочетание 奇怪逻辑 — «странная логика» несет определенный сарказм и, несомненно, некоторую степень критики, тем более что дальнейшее описание в статье этой «странной логики россиян» еще раз подтверждает, что общая тональность и предложения, и новостного сообщения в целом будет «скорее отрицательная».

欧盟先前批评俄罗斯“用威胁攥住乌克兰” — «ЕС раньше постоянно критиковал Россию за то, что она „угрозами удерживает Украину“». В данном случае, несмотря на то что Россия предстает как некий агрессор, лексическое окружение не позволяет сделать вывод, что это авторская мысль, так как приводится источник данной оценки, тем самым перед нами предстает в классическом виде нейтральное отношение к образу России, когда автором просто ретранслируется отношение или слова третьей стороны.

白宫指认, 此事是俄罗斯在背后搞鬼 — «В Белом доме бросаются обвинениями, что это все происки (козни) России». В этом примере также, несмотря на употребление в отношении РФ словосочетания 在背后搞鬼 — «строить козни за спиной», мы встречаем вводное предложение 白宫指认 — «В Белом доме бросаются обвинениями», что говорит о наличии цитаты, а не об авторском мнении, соответственно мы сталкиваемся с примером нейтральной оценки.

Результаты проведенного анализа представлены на диаграмме (рис. 5).

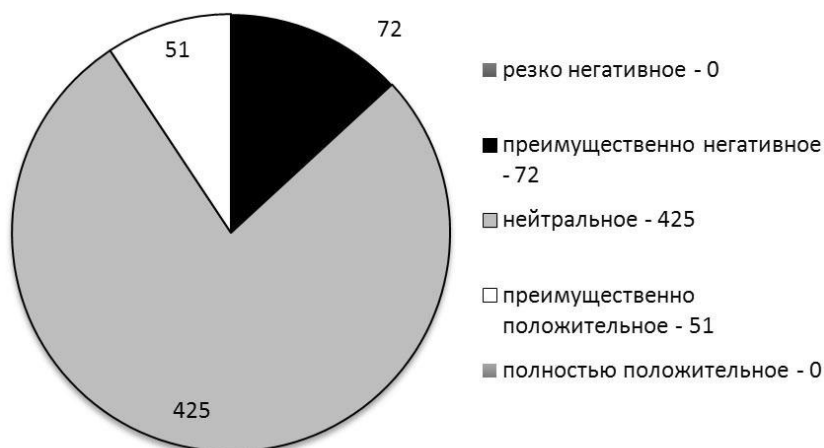


Рис. 5. Отношение к России (согласно исследованию новостных сообщений)

Итак, полученные результаты свидетельствуют о том, что СМИ КНР, в отличие от западных и российских массмедиа, преимущественно избегают крайних суждений. Подавляющее большинство новостных статей содержит так называемую «нейтральную оценочность», т. е. в них не выражено ни положительное, ни отрицательное отношение к России. Так, из 548 новостных элементов 425 несут нейтральную оценку, что составило 77,5 % от общего числа статей. Интересно заметить, что если сравнить «преимущественно негативное» и «преимущественно положительное» отношение к России, то немного доминирует отрицательная оценка, при этом количество отрицательно настроенных статей составило 72, или 13,6 %, тогда как положительной оценкой характеризуется только 51 статья, или 9,3 %.

2. Второй этап качественного контент-анализа представляет собой проведение опроса носителей языка с целью определения формируемого в китайских СМИ политического имиджа России. Основная задача этого этапа — уточнение данных, полученных в результате анализа по словарю.

Суть проведенного опроса состоит в том, чтобы носители языка, основываясь на своем языковом опыте, определили отношение, которое, по их мнению, формируется в выбранных новостях. Респондентам предлагалось ответить на вопрос: «Какое впечатление о России формируется у Вас после прочтения этой новости?» Для ответа были предложены те же 5 возможных вариантов: резко негативное, скорее отрицательное, нейтральное, скорее положительное, полностью положительное.

Подбор респондентов происходил посредством методики «снежного кома». На начальном этапе в опросе принимало участие 24 гражданина Китая в возрасте от 18 до 47 лет, которые потом рекомендовали

для участия своих знакомых, которые, в свою очередь, также давали рекомендации для подбора дальнейших участников опроса. В общей сложности в опросе приняло участие 89 человек: 41 респондент женского пола и 47 респондентов мужского пола. По социальному статусу все они относились к городским жителям, имеющим доступ к Интернету, имели высшее или неоконченное высшее образование (студенты). Возраст варьировался от 18 до 52 лет; подавляющее большинство респондентов составили молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет.

Каждая новость была прочитана 5 различными респондентами, каждый из которых отмечал, какое отношение к России формируется у него после прочтения данной новости. Новостное сообщение соотносилось с тем или иным отношением только в случае полного или 80 %-го совпадения мнения респондентов.



Рис. 6. Отношение к России согласно исследованию новостных сообщений (результаты опроса)

Полученные результаты (см. рис. 6) свидетельствуют о том, что СМИ КНР, в отличие от западных и российских массмедиа, преимущественно избегают крайних суждений. Подавляющее большинство новостных

статей содержат так называемую «нулевую оценку», т. е. в них не выражено ни положительное, ни отрицательное отношение к России. Так, из 548 новостных элементов 413 несут нейтральную оценку, что составило 75,3 % от общего числа статей. Интересно заметить, что если сравнить «преимущественно негативное» и «преимущественно положительное» отношение к России, то немного доминирует отрицательная оценочность, при этом количество отрицательно настроенных статей составило 63, или 11,4 %, тогда как статей с положительной модальностью было всего 72, или 13,13 %.

3. На третьем этапе полученные результаты уточнялись посредством экспертной оценки.

Методика качественного контент-анализа, направленная на объективное изучение новостных статей с целью исследования выраженного в них отношения к России в целом и к ее действиям на международной арене в частности посредством сверки со словарем и опроса респондентов, очевидно, содержит определенную долю субъективизма. В этой связи, с целью свести субъективный фактор до минимума, в проведении исследования мы также подключали третью сторону — экспертную группу в количестве 10 человек. В экспертную группу вошли переводчики, знающие китайский язык, и сотрудники высших учебных заведений КНР. Каждый имеет высшее образование в сфере лингвистики, при этом у двух экспертов — докторская степень по филологии.

В том случае если оценочность, содержащаяся в новостной статье, вызывала определенные сомнения или была неявной, мы отправляли данную новость для экспертной оценки. Через данный этап контент-анализа прошло 73 новостных сообщения.

Экспертная оценка позволила уточнить данные, полученные посредством анализа словаря и опроса рецензентов.

На наш взгляд, результаты качественного контент-анализа свидетельствуют о нижеследующих закономерностях в выявлении формируемого политического имиджа.

Установлен общий интерес китайской аудитории к описываемым событиям, а также то, каким образом формируется образ России в китайских СМИ. На наш взгляд, наиболее значимы следующие особенности описания событий на Украине китайским СМИ:

1) стилистическая окрашенность подавляющего большинства новостных сообщений нейтральная, что свидетельствует о стремлении китайских СМИ не формировать конкретной оценки в отношении России;

2) зафиксированные проявления отрицательной или положительной оценочности не демонстрируют какой-либо значимой закономерности. Количество новостей с отрицательной оценочностью доминирует при проведении анализа при помощи словаря, а с положительной оценочностью — при проведении опроса. Подобные отличия можно объяснить тем, что большинство рецензентов в момент проведения исследования находились на территории России, т. е. опосредованно являлись несколько ангажированными в отношении предмета исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алтунян А. Г. От Булгарина до Жириновского: идейно-стилистический анализ политических текстов. — М.: РГГУ, 1999. 263 с.
2. БКРС : сайт любителей Китая и китайского языка. URL: <http://bkrs.info>.
3. Богуславский И. В., Богуславская В. В. Газетный текст: стратегия лингвосоциокультурного моделирования. 2003. URL: <http://www.dialog-21.ru/archive/2003/boguslavskaja.htm>.
4. Гильмутдинов В. И., Медведев В. Б. Функционально-семантический анализ текстовых фрагментов // Сопоставительный функционально-семантический анализ языковых единиц. — Куйбышев: КГПИ, 1986. С. 6—75.
5. Грушевская Т. М. Политический дискурс в аспекте газетного текста. — СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2002. 116 с.
6. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. — М.: Красканд, 2010. 288 с.
7. Жэньминь жибао : сайт. URL: <http://people.com.cn/>.
8. Кайда Л. Г. Эффективность публицистического текста. — М.: Изд-во МГУ, 1989. 182 с.
9. Кара-Мурза Е. С. Полиинтенциональность медиатекста (на материале путеводителя как досугового издания) // Медиатекст как полиинтенциональная система. — СПб., 2012. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1350844183_58.pdf.
10. Клушина Н. И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000—2008 гг.): дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10. — М., 2008. 352 с.
11. Лемешко Ю. Г. Язык китайского общественно-политического текста (синтаксические и стилистические особенности): дис. ... канд. филол. наук : 10.02.22. — СПб., 2001. 193 с.
12. Никитина Т. Н. Грамматика китайского публицистического текста. — М.: Каро, 2007. 224 с.
13. Санжимитьпова С. А. Стилистические особенности языка современной китайской прессы : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.22. — СПб., 2007. 176 с.
14. Синьхуа : информационное агентство. URL: <http://www.xinhuanet.com>.
15. Солганик Г. Я. Лексика газеты. — М.: Высшая школа, 1981. 265 с.
16. Фомичева И. Д. Социология СМИ. — М.: Аспект Пресс, 2007. 389 с.
17. Центральное телевидение Китая : интернет-сайт. URL: Cntv.cn.
18. Цзя Лежун. Интернет и китайские онлайн-СМИ. — М.: Изд-во МГУ, 2004. 128 с.
19. Ядов В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. — Самара : Самарский ун-т, 1995. 335 с.
20. Baidu.com. URL: <http://news.baidu.com>.
21. Baidu dictionary. URL: <http://dict.baidu.com>.
22. China.com. URL: <http://www.china.com>.
23. China.com.cn. URL: <http://cn.china.cn>.

O. I. Kalinin
Moscow, Russia

CONTENT-ANALYSIS OF POLITICAL MEDIATEXTS (EVIDENCE FROM CHINESE LANGUAGE)

ABSTRACT. *This article presents the results of content-analysis based on the media articles about the situation in Ukraine published in the Chinese Internet media during the period from November 2013 to November 2014. More than 500 articles were analyzed.*

The author, using the methods of qualitative and quantitative content-analysis, studies how Chinese media was positioning the Russian Federation in its publications. The article considers the wide range of questions concerning the political image of Russia constructed by the Chinese Internet media in China.

The research was held with the help of Yoshikoder software, its results were specified by the expert group and the survey among native speakers. The process of political image formation is studied from different points of views, the results are presented in the topical diagrams.

The most important results of the research are: 1) Stylistic connotation of the most news articles is neutral, which shows that Chinese media doesn't form any special opinion on the Russian Federation; 2) Negative and positive connotations are quite a few and they do not appear on a regular basis. The negative connotation is commonly noted during the dictionary analysis, and positive is marked by the respondents.

KEYWORDS: *content-analysis; mediatext; political image; political text; evaluativity.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kalinin Oleg Igorevich, 40 Department (Fareast Languages), Faculty of Foreign Languages, Federal State educational institution of the high professional education "Military University", Moscow, Russia.*

REFERENCES

1. Altunyan A. G. Ot Bulgarina do Zhirinovskogo: ideyno-stilisticheskiy analiz politicheskikh tekstov. — M.: RGGU, 1999. 263 s.
2. BKRS : sayt lyubitelye Kitaya i kitayskogo yazyka. URL: <http://bkrs.info>.
3. Boguslavskiy I. V., Boguslavskaya V. V. Gazetnyy tekst: strategiya lingvosotsiokul'turnogo modelirovaniya. 2003. URL: <http://www.dialog-21.ru/archive/2003/boguslavskaja.htm>.
4. Gil'mutdinov V. I., Medvedev V. B. Funktsional'no-semanticheskiy analiz tekstovykh fragmentov // Sopostavitel'nyy funktsional'no-semanticheskiy analiz yazykovykh edinit. — Kuybyshev : KGPI, 1986. S. 6—75.
5. Grushevskaya T. M. Politicheskiy diskurs v aspekte gazetnogo teksta. — SPb.: Izd-vo RGPU im. A. I. Gertsena, 2002. 116 s.
6. Dobroslonskaya T. G. Voprosy izucheniya mediatekstov. Opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi. — M.: Kraskand, 2010. 288 s.
7. Zhen'min' zhibao : sayt. URL: <http://people.com.cn/>.
8. Kayda L. G. Effektivnost' publitsisticheskogo teksta. — M.: Izd-vo MGU, 1989. 182 s.
9. Kara-Murza E. S. Poliintentsional'nost' mediateksta (na materiale putevoditelya kak dosugovogo izdaniya) // Mediatekst kak poliintentsional'naya sistema. — SPb., 2012. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1350844183_58.pdf.
10. Klushina N. I. Intentsional'nye kategorii publitsisticheskogo teksta (na materiale periodicheskikh izdaniy 2000—2008 gg.) : dis. ... d-ra filol. nauk : 10.01.10. — M., 2008. 352 s.
11. Lemesenko Yu. G. Yazyk kitayskogo obshchestvenno-politicheskogo teksta (sinatsicheskie i stilisticheskie osobennosti) : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.22. — SPb., 2001. 193 s.
12. Nikitina T. N. Grammatika kitayskogo publitsisticheskogo teksta. — M.: Karo, 2007. 224 s.
13. Sanzhimiyeva S. A. Stilisticheskie osobennosti yazyka sovremennoy kitayskoy pressy : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.22. — SPb., 2007. 176 s.
14. Sin'khua : informatsionnoe agentstvo. URL: <http://www.xinhuanet.com>.
15. Solganik G. Ya. Leksika gazety. — M.: Vysshaya shkola, 1981. 265 s.
16. Fomicheva I. D. Sotsiologiya SMI. — M.: Aspekt Press, 2007. 389 c.
17. Tsentral'noe televidenie Kitaya : internet-sayt. URL: [Cntv.cn](http://cntv.cn).
18. Tszya Lezhun. Internet i kitaiskie onlainovye SMI. — M.: Izd-vo MGU, 2004. 128 s.
19. Yadov V. A. Sotsiologicheskoe issledovanie: metodologiya, programma, metody. — Samara : Samarskiy un-t, 1995. 335 s.
20. Baidu.com. URL: <http://news.baidu.com>.
21. Baidu dictionary. URL: <http://dict.baidu.com>.
22. China.com. URL: <http://www.china.com>.
23. China.com.cn. URL: <http://cn.china.cn>.

Статью рекомендует к публикации PhD, проф. Ян Кэ.