

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА /
THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS**

DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2024.59.14>

МЕДИАОБРАЗ В. В. ПУТИНА В КИТАЙСКОМ КРОССМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Научная статья

Присяжных В.Г.^{1,*}, Нагибина И.Г.², Ли Я.А.³

¹ ORCID : 0000-0002-8339-6236;

² ORCID : 0000-0003-0696-5797;

^{1,2,3} Сибирский федеральный университет, Красноярск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (v.g.morgun[at]bk.ru)

Аннотация

Данное исследование посвящено особенностям репрезентации медиаобраза Владимира Владимировича Путина в китайском кроссмедийном пространстве на материале комментариев пользователей к публикациям в социальных сетях Weibo (微博), Douyin (抖音), Zhihu (知乎) за 2023–2024 годы. В результате исследования было установлено, что трансляторами политических взглядов, обладающих оценкой для реализации воздействия на адресата, являются такие тематические группы как: «Путин – император», «Путин – кумир и символ успеха», «Путин – человек природы» и «Путин – истинный друг и лучший сосед». В ходе исследования было установлено, что медиаобраз В.В. Путина конструируется пользователями социальных сетей с помощью стилистических (55%), лексико-семантических (25%), синтаксических (15%) и графо-стилистических средств (5%).

Ключевые слова: кроссмедийное пространство, медиаобраз, китайские социальные медиа, медиа-платформы.

MEDIA IMAGE OF V. V. PUTIN IN THE CHINESE CROSSMEDIA SPACE

Research article

Prisyazhnyh V.G.^{1,*}, Nagibina I.G.², Lee Y.A.³

¹ ORCID : 0000-0002-8339-6236;

² ORCID : 0000-0003-0696-5797;

^{1,2,3} Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russian Federation

* Corresponding author (v.g.morgun[at]bk.ru)

Abstract

This research is dedicated to the specifics of the representation of Vladimir Vladimirovich Putin's media image in the Chinese crossmedia space on the material of users' comments to publications in social networks Weibo (微博), Douyin (抖音), Zhihu (知乎) for 2023-2024. As a result of the study, it was found that the translators of political attitudes with evaluation to implement the impact on the addressee are such thematic groups as: "Putin is the Emperor", "Putin is an idol and a symbol of success", "Putin is a man of nature" and "Putin is a true friend and the best neighbour". In the course of the research, it was established that the media image of V.V. Putin is constructed by social network users using stylistic (55%), lexical-semantic (25%), syntactic (15%) and grapho-stylistic means (5%).

Keywords: crossmedia space, media image, Chinese social media, media platforms.

Введение

К одной из ключевых особенностей, характеризующих современное общество, необходимо отнести спектр технологических возможностей, находящий свое воплощение в разнообразных сферах влияния средств массовой информации, которые, в свою очередь, конструируют отдельно заданную реальность в политическом пространстве и воздействуют на массовое сознание. Следуя из вышеуказанного, СМИ «не только перестали ограничиваться информационным посредничеством воздействия государства на общество, но и стали преобразовывать всю политическую коммуникацию и принципиальным образом менять роли и значения всех акторов» [4, С. 31].

Современные ученые отмечают, что формирование образа в политической журналистике – это «важный процесс, цель которого формирование определенного впечатления, отношения аудитории к объекту», тогда как «образ политика – ключевой элемент влияния политических деятелей на общество, а СМИ основные каналы распространения и инструмент формирования общественного мнения» [6, С. 93].

Актуальность данной работы заключается в том, что, проанализировав сложившийся в Китае язычных СМИ медиаобраз В.В. Путина, возможно не только проследить динамику и тенденцию развития отношений Китая с Россией, но и сформировать адекватное представление о Президенте России с набором отдельных черт.

Таким образом, объектом исследования выступает медиаобраз политического лидера в китайском кроссмедийном дискурсе, тогда как предметом – языковые средства, конструирующие медиаобраз Путина на примере комментариев в китайских СМИ. Цель настоящего исследования заключается в изучении и анализе лингвистических средств формирования образа главы российского государства в китайских новых социальных медиа. Научная новизна работы заключается в том, что в работе впервые в научной практике получено представление и выявлена специфика медиаобраза президента РФ в китайском массмедийном пространстве внутренних и внешних политических процессов КНР. Перспективы исследования данной проблемы состоят в возможности изучения медиаобразов

представителей российской политической элиты, в основе формирования которых лежат китайские культурные, социальные и политические паттерны.

Методы и принципы исследования

В процессе выполнения работы были использованы: общенаучные методы, включающие метод сплошной выборки для сбора эмпирического материала, дискурс-анализ, контент-анализ и лексическо-стилистический анализ для описания языковых средств конструирования медиаобраза В.В. Путина.

Материалом исследования послужили комментарии в количестве 470 исследовательских единиц за период 2023–2024 гг. в адрес российского политического лидера, опубликованные пользователями таких интернет-ресурсов, как Weibo (微博), Douyin (抖音), Zhihu (知乎).

Основные результаты

В рамках настоящей работы изучение дискурса социальных медиа (сетей) как «новых медиа» предполагается в условиях кроссмедийности. Это обусловлено тем, что понятие кроссмедийности тесно связано с появлением данного феномена, обозначающего разновидность массмедиа, «имеющего ряд особенностей и преимуществ перед прочими СМИ» [3, С. 28], например: мгновенность, доступность, вовлеченность аудитории, генеративность [10, С. 101], интерактивность, конвергенция и гипермедийность [7, С. 904].

Кроссмедийный дискурс выступает эффективной площадкой «новых медиа», которая позволяет пользователю обращаться от одного медиа к другому или от одной интернет-площадки к другой для распространения информации, расширения аудитории, закреплению в сознании отдельных образов и т.д. [10, С. 99].

На основании вышеизложенного важно указать, что дискурс социальных медиа представляет собой «органическую часть общего кроссмедийного дискурса, границы которого остаются размытыми» [11, С. 12], существующего в рамках онлайн-коммуникации. Специфика социальных медиа способствует формированию и закреплению клипового мышления и отдельных образов в сознании как одного индивида, так и целой нации. В свою очередь, медиаобраз представляет собой образ, созданный с помощью средств массовой информации, таких как телевидение, радио, печатные издания и интернет. С развитием новых технологий и возрастанием влияния медиа медиаобраз стал значительной частью современного общества. Он может использоваться для манипулирования массовым сознанием, формирования общественного мнения и создания стереотипов [5, С. 220].

Е.Б. Шестопал отмечает, что политический медиаобраз в определенном канале коммуникации представляет собой «с одной стороны, отражение реальных характеристик объекта восприятия, а с другой – проекцию ожиданий субъекта восприятия, т.е. граждан» [12, С. 214].

Необходимо отметить, что большинство современных исследователей рассматривает медиаобраз как структурный визуально-эмоциональный компонент, представляющий собой объективную модель познания о

- 1) людях (в персональном или коллективном представлении);
- 2) абстрактных явлениях;
- 3) территориях (государства, регионы, города) [8], [9].

Кроме того, Л.В. Бондарева подчеркивает, что медиаобраз формируется в три этапа:

- 1) достижение определенного уровня видимости в интернет-пространстве, т.е. большое количество упоминаний;
- 2) закрепление за субъектом определенных смысловых характеристик, которые в дальнейшем воспроизводятся при информационном освещении субъекта;
- 3) добавление оценочных средств к зафиксированным смысловым характеристикам [2].

В ходе анализа материала были выделены наиболее частотные характеристики, встречающиеся в медиапространстве. На основании этих признаков были сформированы следующие тематические группы:

- 1) В.В. Путин – император;
- 2) В.В. Путин – кумир и символ успеха;
- 3) В.В. Путин – человек природы;
- 4) В.В. Путин – истинный друг и лучший сосед (см. Рис. 1).

- В.В. Путин – император
- В.В. Путин – кумир и символ успеха
- В.В. Путин – человек природы
- В.В. Путин – истинный друг и лучший сосед

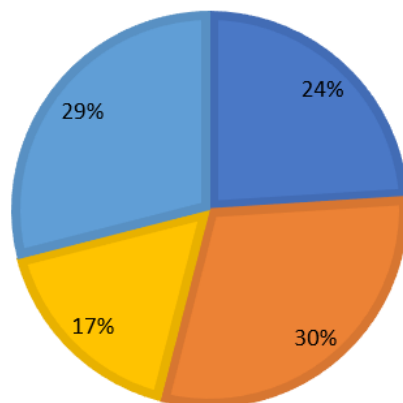


Рисунок 1 - Процентное соотношение тематических групп медиаобраза В.В. Путина
DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2024.59.14.1>

Данные тематические группы рассматриваются с учетом классификации языковых инструментов Ю.В. Балакиной, применяемой для описания медиаобраза в рамках кроссмедийного дискурса:

- 1) стилистические средства (эпитет, сравнение, метафора и т.п.);
- 2) лексико-семантические средства (стилистически окрашенная лексика, инвективная лексика и т.п.);
- 3) синтаксические средства (риторический вопрос, риторическое восклицание, параллелизм и т.п.);
- 4) графо-стилистические средства (Caps Lock, эмодзи, кегель, шрифт: жирный, курсив и т.п.) [1].

Рассмотрим примеры более подробно.

3.1. Путин – император

В современных реалиях одной из частотных тематических групп, определяющих медиаобраз Президента России, является **大帝 / император** – законодатель страны и носитель небесного мандата, воля которого считалась священным указанием. Общими чертами российского лидера и китайского правителя выступают: стремление к достижению своих целей, несмотря на препятствия; смелость и уверенность в себе; склонность к тоталитаризму.

· 伟大的**普京大帝**那张骑马的太酷太帅了 / *Император Владимир Путин, который ездит на лошади, слишком крут и красив* [13].

· 普京大帝的领导能力太令人钦佩了 / *Руководство Императора Путина достойно восхищения* [13].

· 普京大帝再次证明了他的领导力 / *Император Путин снова доказал свои лидерские качества* [13].

· **普京大帝**是地球的自豪 / *Император Путин – гордость нашей планеты* [13].

Для подчеркивания величия и императорского статуса В.В. Путина авторы комментариев используют такие стилистические средства, как: **太酷太帅了 / крутой и красивый**, титул **普京大帝 / великий император Путин**, а также метафору, подчеркивающую значимость данной персоны на мировом уровне: **是地球的自豪 / гордость Земли**.

В качестве лексико-семантических средств, вызывающих благоприятные ассоциации и эмоции, были использованы лексемы с положительной коннотацией, например: **伟大的 / великий**, **自豪 / гордость**, **领导能力 / лидерские качества**. Тогда как к синтаксическим средствам – параллелизм, который проявляется за счет фраз, имеющих схожую структуру и ритм: **普京大帝的领导能力 / лидерские качества императора Путина** и **普京大帝再次证明了他的领导力 / Император Путин снова доказал свои лидерские качества**.

К менее частотным языковым средствам относится группа графо-стилистических средств. Так, например, для создания яркого и запоминающегося медиаобраза императора Путина авторами были использованы выделение жирным шрифтом **普京大帝 / Император Путин**, а также латинизированное слово император: **普京 Emperor**.

3.2. Путин – кумир и символ успеха

Президент России – одна из самых популярных зарубежных фигур в китайском медиапространстве. Политик часто ассоциируется с историческими лидерами, такими как Цзянь Цзэминь (бывший председатель КНР) и Мао Цзэдун (основатель КНР), что создает образ сильного и уверенного в себе политика. Комментаторы с большим интересом дискутируют на различные темы, связанные с В.В. Путиным, и выделяют черты характера политика, которые объединяются в **独特风格 / уникальный стиль**.

Медиаобраз **偶像** / *кумир и символ успеха* конструируется за счет ряда глаголов с коннотацией восхищения и похвалы **谋福祉** / *работать во благо*, **深受爱戴** / *подвергается любви и уважению*; простой структуры предложения с ясной подлежаще-сказуемой связью, вводными словами **相信** / *верю*, восклицательным типом части предложений:

· 他为俄罗斯人民谋福祉，深受人民爱戴！ / *Он работает на благо российского народа и пользуется его любовью!* [13].

· 普京是我唯一的偶像。 / *Путин – мой единственный кумир* [13].

· 普京的人格魅力无人能敌，相信，敌人都会敬重他 / *Харизма Путина непревзойденная, верю, что даже враги его уважают* [14].

· 普京人民心中的领袖 / *Путин – лидер в сердцах народа* [14].

· 普京是个有情有义，尊师重道的好男人 / *Путин – хороший человек, который с любовью и уважением относится к своим учителям* [14].

· 普京难怪那么招人喜欢呢，对待敌人像秋风扫落叶，对待民族及小动物像春天般温暖！ / *Неудивительно, что Путин так восхитителен: с врагами он обращается как осенний ветер, сметающий листья, а со своим народом и маленькими животными – как весеннее тепло!* [15].

Более того, пользователи медийных веб-порталов Douyin и Weibo в своих комментариях часто используют различные стилистические и лексико-семантические средства с положительной коннотацией для описания моральных и лидерских качества Президента:

1) эпитеты, характеризующие положительные личные качества и подчеркивающие эмоциональную и моральную стойкость: **好男人** / *хороший мужчина*, **有情有义** / *чувствительный и верный*;

2) сравнения, построенные посредством грамматической конструкции **像……** (**像秋风扫落叶** / *как осенний ветер сметает листья* – сравнение, указывающие на безжалостность к врагам, **像春天般温暖** / *как весенняя теплота* – сравнение, демонстрирующее доброту);

3) гиперболы, выражающие уникальность и исключительность объекта обсуждения: **无人能敌** / *никто не может сравниться*, **唯一的偶像** / *единственный кумир*.

Также важно отметить, что в данной тематической группе основным графико-стилистическим средством является эмоджикон, например:

· 普京的形象在国际舞台上如同一位英雄 ♂，赢得了广泛的尊敬和崇拜 / *Образ Путина на международной арене подобен герою ♂, который завоевал широкое уважение и поклонение* [14];

· 他在世界 政治中的影响力，使他成为了新时代的偶像 / *Его влияние в мировой политике делает его идолом нового времени* [13].

В приведенных выше комментариях смайлы применяются для передачи эмоциональной выразительности и акцентирования внимания на ключевых лексических единицах: **英雄** / *герой*, **世界** / *мир* и **新时代的偶像** / *идол нового времени*.

Стоит отметить, что после трагического теракта в концертном зале «Крокус Сити Холл» в России китайская общественность и медиа выразили восхищение лидером России В.В. Путиным за его решительные и целенаправленные действия в ответ на случившееся. Данный инцидент стал еще одним испытанием для российского Президента, который, как отмечают китайские СМИ, продемонстрировал высокий уровень лидерства и способности управлять кризисами.

На китайском медийном веб-портале Zhihu пользователи также подчеркнули роль В.В. Путина в обеспечении безопасности и стабильности страны, отметив, что его личное участие в контроле за экстренными мерами вызвало уважение и признание среди китайского населения:

· 我们中国人对普京总统在克洛库斯恐袭后的果断行动表示钦佩 / *Мы, китайцы, выражаем восхищение решительными действиями Путина после теракта в Крокусе* [15].

· 我对俄罗斯人民表示慰问，并对普京的坚毅和果敢表示敬佩 / *Я выражаю соболезнования российскому народу и восхищаюсь стойкостью и смелостью Путина* [15].

· 铁汉柔情在他身上体现得淋漓尽致 / *Нежность стального мужчины воплощена в нем в полной мере* [15].

· 情铁骨，为国为民 / *Нежный и волевой, он – за страну и за народ* [15].

Основными языковыми средствами превознесения В.В. Путина в ряды идолов выступили метафоры, подчеркивающие контрастные качества нежности и любви к своему народу, а также силу характера и волю духа: **柔情铁骨** / *мягкие чувства и железные кости*, **铁汉柔情** / *железный человек с нежными чувствами*, **情铁骨** / *нежный и волевой* и т.д. К синтаксическим особенностям, указывающим на коллективное мнение и объединение следует отнести:

1) простые распространенные предложения,

2) сложносочиненные предложения, построенные через союз **并** / *и*,

3) конструкцию **对…表示钦佩** / *чем-то восхищаемся*.

Для выражения высокой оценки действий Президента России, а также его уверенности и решительности носители, комментируя новости, использовали эмоционально окрашенную лексику **钦佩** / *восхищение*, **果断行动** /

решительные действия и эмодзи, которые не только усиливают эмоциональную окраску сообщения, но и добавляют визуальный акцент восхищения.

3.3. Путин – человек природы

В рамках данной тематической группы медиаобраз Владимира Владимировича рассматривается на основе зооморфных метафорических переносов, обладающих рядом культурных и социальных особенностей и описывающих качества характера Президента РФ за счет синтаксических конструкций сравнения 像 / походить на и 如同 / словно, подобно и метафор 克里姆林宫的猎鹰 / сокол Кремля, 俄罗斯的雄狮 / лев России:

· 普京是俄罗斯的雄狮，勇敢无畏 / Путин – лев России: храбрый и бесстрашный [15].

В данном примере, медиаобраз В.В. Путина объединяет в себе все ключевые характеристики образа льва в китайской лингвокультуре, а именно:

- 1) могущество,
- 2) беспощадность и свирепость к врагу,
- 3) отвагу, а также
- 4) добродетель.

· 有的时候普京如同一只沉默的猫头鹰，冷静观察 / Путин подобно молчаливой сове бесстрастно наблюдает за ситуацией [15].

Сравнивая российского лидера с китайским мифологическим животным – совой, пользователь социальной сети акцентирует внимание на том, что В.В. Путин обладает тысячелетней мудростью, тайными знаниями и предсказательной силой, глубоким интеллектом и способностью видеть скрытые умыслы в действиях других людей.

· 他是克里姆林宫的猎鹰，以他的智慧和勇气著称 / Путин – сокол Кремля, известный своей мудростью и мужеством [15].

Несмотря на двойственное значение сокола в китайском языке, 1) символ победы, смелости, превосходства, свободы, бодрого духа, и 2) символ, олицетворяющий зверство, жестокость – автор комментария, чтобы избежать двусмысленности, использует эксплицитную конструкцию с положительной коннотацией, поясняя, что политик представляет собой бравого мужчину, ориентированного на победу в любой ситуации.

· 他像一头执着的犀牛，勇往直前 / Путин как упорный носорог, который будет идти вперед, несмотря ни на что [15].

В указанном примере, метафоризация В.В. Путин – носорог, дает представление пользователям социальных медиа о том, что Президент РФ олицетворяет ум и ученость, а также является символом удачи и счастья для своего народа.

Кроме того, стоит отметить, что применяющиеся лексико-семантические средства (многозначные слова 猎鹰 / сокол, 冷静观察 / невозмутимый, безлюдный, одинокий) графо-стилистические средства (эмотиконы зверей, а также изменение кегеля и формы шрифта) наделяют фразы яркой эмоциональностью и лаконичностью.

3.4. Путин – истинный друг и лучший сосед

В.В. Путин предстает в глазах китайского народа как сильный и смелый лидер боевой страны. Именно эти характеристики вызывают уважение и доверие, по словам комментаторов на медийных веб-порталах КНР.

Многие китайские пользователи поддерживают Россию и ее Президента, называя последнего не только могущественным соседом, но и хорошим другом.

Медиаобраз 好朋友、好邻居 / истинный друг и лучший сосед конструируется с помощью усилительных частиц 这才是 / вот это действительно (усиление оценки), 只有...才是 / только...есть (усиление уникальности), а также лексем с положительной окраской: 好邻居 / хороший сосед и 好伙伴 / хороший партнер, которые подчеркивают эмоциональную сторону высказываний комментаторов:

· 这才是好邻居，也是好伙伴 / Вот хороший сосед и хороший партнер [15].

· 只有普京才是我们最好的朋友 / Только Путин – наш самый лучший друг [15].

Кроме того, употребление номинативной лексемы (обращения) 大哥 / большой брат, 老大 / старший брат используется не только для обозначения статусности и авторитетности, но и для создания теплого и близкого образа В.В. Путина:

· 俄罗斯老大哥，中俄友好万古长青 / Путин – русский старший брат, китайско- российская дружба будет длиться вечно [15].

· 普京大哥，咱们永远站他这边 / Путин – большой брат, мы всегда на его стороне! [15].

· 普老大真牛，我们挺他到底 / Старший брат Пу нереально потрясающий, мы будем поддерживать его до конца [15].

Отсутствие эмодзи и других графических элементов в приведенных примерах указывают на серьезность и формальность высказываний.

Заключение

Согласно статистическим данным, соотношение выделенных выше компонентов составляющих медиаобраз В.В. Путина, в настоящее время варьируется в зависимости от темы обсуждения в комментариях: император – 24%, кумир и символ успеха – 30%, человек природы – 17%, а также истинный друг и лучший сосед – 29%. Данные показатели наглядно демонстрируют положительный аспект образа Президента России в национальном сознании китайских

комментаторов и позволяют сделать вывод о том, что в текущий момент российский лидер воспринимается как образец идеального президента в представлениях людей разного пола, возраста и уровня образования.

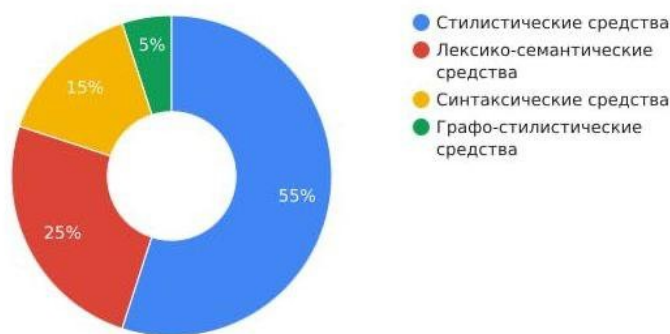


Рисунок 2 - Процентное соотношение языковых средств
DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2024.59.14.2>

Более того, как показало исследование, в рамках тематических групп существует несколько основных черт медиаобраза Президента РФ Владимира Владимировича Путина, пропагандируемого китайскими СМИ, а именно: любящий свой народ, смелый, строгий, мудрый, волевой, непоколебимый и верный своим убеждениям. Данные качества объясняются наличием следующих языковых средств выразительности в комментариях пользователей социальных сетей, которые конструируют медиаобраз Президента РФ: стилистических, синтаксических, лексико-семантических и графо-стилистических средства, в следующем процентном соотношении (см. Рис. 2).

Финансирование

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 23-28-01172): «Исследование медиа-коммуникативного пространства современного Китая: специфика политического дискурса и социальных сетей».

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Funding

The research was funded by the Russian Science Foundation (project No. 23-28-01172): "The study of modern China's Media and Communication space: the specifics of political discourse and social networks".

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Балакина Ю.В. Лингвистические средства конструирования образа женщины-политика (на материале микроблога Твиттер) / Ю.В. Балакина, М.Ю. Товкес // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. — 2019. — Вып. 16 (3). — С. 381–399.
2. Бондарева Л.В. Динамика политического имиджа России в качественной прессе США: автореф. дис. ... канд. полит. наук / Бондарева Лилия Владимировна. — Москва, 2007. — 19 с.
3. Горошко Е.И. Возникновение лингвистики новых медиа и перспективы развития этого направления / Е.И. Горошко // Гипертекст как объект лингвистического исследования: Материалы III международной научно-практической конференции / Отв. ред. С.А. Стройков. — Самара: ПГСГА, 2013. — С. 27–41.
4. Гуреева А.Н. Формирование медиаобраза государства в контексте медиатизации политической коммуникации / А.Н. Гуреева, П.А. Киреева // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2022. — № 6. — С. 28–56.
5. Корженева О.В. Медиаобразы в массовой политической коммуникации / О.В. Корженева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Филология. Востоковедение. Журналистика. — 2013. — Вып.1. — С. 218–226.
6. Коркина А.А. Особенности конструирования образа героя публикации в политической журналистике (на примере публикации газеты «Коммерсантъ») / А.А. Коркина // Журналистика в цифровую эпоху: антропологический поворот. Сборник материалов Студенческих научных чтений (Екатеринбург, 14 апреля 2022). — Екатеринбург, 2022. — С. 91–98.
7. Мажинский С.В. Дискурсивное пространство ведущих китайских «новых медиа» / С.В. Мажинский, И.Г. Нагибина, Ю. Чжан // Oriental Studies. — 2023. — Т. 16. — Вып. 4. — С. 903–913.
8. Нагибина И.Г. Метафорический медиаобраз пожилого человека в китайской социальной сети «Доуинь» / И.Г. Нагибина, В.Г. Моргун // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». — 2024. — Т. 24. — № 4. — С. 101–108.

9. Симакова С.И. Медиаобраз как одна из составляющих формирования медиаэстетического кода региона / С.И. Симакова, Д.И. Кваша // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. — 2023. — Т. 29. — № 1. — С. 28–38. — DOI: 10.15826/izv1.2023.29.1.003.
10. Стинс О. Новые медиа / О. Стинс, Д. Фухт // Журналистика. — 2008. — № 7. — С. 98–103.
11. Шамаев И.Н. Журналистика и социальные медиа в цифровую эпоху: опыт региональных СМИ Волгоградской области: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Шамаев Иван Николаевич. — Воронеж, 2019. — 26 с.
12. Шестопал Е.Б. Образы российской власти: от Ельцина до Путина / Е.Б. Шестопал. — Москва: РОССПЭН, 2009. — С. 211–220.
13. 知乎. — 2024. — URL: <https://www.zhihu.com/> (访问: 25.05.2024).
14. 微博. — 2024. — URL: <https://m.weibo.cn/> (访问: 25.05.2024).
15. 抖音. — 2024. — URL: <https://www.douyin.com/> (访问: 25.05.2024).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Balakina Ju.V. Lingvisticheskie sredstva konstruirovaniya obraza zhenshchiny-politika (na materiale mikrobloga Twitter) [Linguistic means of constructing the image of a female politician (on the material of microblog Twitter)] / Ju.V. Balakina, M.Ju. Tovkes // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Jazyk i literatura [Bulletin of St. Petersburg University. Language and Literature]. — 2019. — Iss. 16 (3). — P. 381–399. [in Russian]
2. Bondareva L.V. Dinamika politicheskogo imidzha Rossii v kachestvennoj presse SShA [Dynamics of the political image of Russia in the qualitative press of the USA]: abstract. dis. ... PhD in Political Sciences / Bondareva Liliya Vladimirovna. — Moscow, 2007. — 19 p. [in Russian]
3. Goroshko E.I. Vozniknovenie lingvistiki novyh media i perspektivy razvitiya jetogo napravlenija [The emergence of new media linguistics and prospects for the development of this direction] / E.I. Goroshko // Gipertekst kak ob#ekt lingvisticheskogo issledovaniya: Materialy III mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii [Hypertext as an object of linguistic research: Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference] / Resp. ed. S.A. Strojkov. — Samara: PGSGA, 2013. — P. 27–41. [in Russian]
4. Gureeva A.N. Formirovanie mediaobraza gosudarstva v kontekste mediatizacii politicheskoy kommunikacii [Formation of media image of the state in the context of mediatization of political communication] / A.N. Gureeva, P.A. Kireeva // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika [Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism]. — 2022. — № 6. — P. 28–56. [in Russian]
5. Korzheneva O.V. Mediaobrazy v massovoj politicheskoy kommunikacii [Media images in mass political communication] / O.V. Korzheneva // Vestnik Sankt Peterburgskogo universiteta. Seriya: Filologija. Vostokovedenie. Zhurnalistika [Bulletin of St. Petersburg University. Series: Philology. Oriental Studies. Journalism]. — 2013. — Iss.1. — P. 218–226. [in Russian]
6. Korkina A.A. Osobennosti konstruirovaniya obraza geroja publikacii v politicheskoy zhurnalistike (na primere publikacii gazety «Kommersant») [Features of constructing the image of the hero of the publication in political journalism (on the example of the publication of the newspaper "Kommersant")] / A.A. Korkina // Zhurnalistika v cifrovuju jepohu: antropologicheskij povорот. Sbornik materialov Studencheskih nauchnyh chtenij (Ekaterinburg, 14 aprelja 2022) [Journalism in the digital age: anthropological turn. Collection of materials of Student Scientific Readings (Yekaterinburg, 14 April 2022)]. — Yekaterinburg, 2022. — P. 91–98. [in Russian]
7. Mazhinskij S.V. Diskursivnoe prostranstvo vedushhijh kitajskih «novyh media» [Discursive space of China's leading "new media" organizations] / S.V. Mazhinskij, I.G. Nagibina, Ju. Chzhan // Oriental Studies. — 2023. — Vol. 16. — Iss. 4. — P. 903–913. [in Russian]
8. Nagibina I.G. Metaforicheskij mediaobraz pozhilogo cheloveka v kitajskoj social'noj seti «Douin» [Metaphorical media image of an elderly person in the Chinese social network "Douying"] / I.G. Nagibina, V.G. Morgun // Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya «Gumanitarnye i social'nye nauki» [Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series "Humanities and Social Sciences"]. — 2024. — Vol. 24. — № 4. — P. 101–108. [in Russian]
9. Simakova S.I. Mediaobraz kak odna iz sostavlajushhijh formirovaniya mediaesteticheskogo koda regiona [Media image as one of the components of the formation of media aesthetic code of the region] / S.I. Simakova, D.I. Kvascha // Izv. Ural. feder. un-ta. Ser. 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury [Proceedings of the Ural Federal University. Ser. 1: Problems of Education, Science and Culture]. — 2023. — Vol. 29. — № 1. — P. 28–38. — DOI: 10.15826/izv1.2023.29.1.003. [in Russian]
10. Stins O. Nove media [New media] / O. Stins, D. Fuht // Zhurnalistika [Journalism]. — 2008. — № 7. — P. 98–103. [in Russian]
11. Shamaev I.N. Zhurnalistika i social'nye media v cifrovuju jepohu: opyt regional'nyh SMI Volgogradskoj oblasti [Journalism and social media in the digital age: the experience of regional media in Volgograd Oblast]: abst. dis. ... PhD in Philology / Shamaev Ivan Nikolaevich. — Voronezh, 2019. — 26 p. [in Russian]
12. Shestopal E.B. Obrazy rossijskoj vlasti: ot El'cina do Putina [Images of Russian power: from Yeltsin to Putin] / E.B. Shestopal. — Moscow: ROSSPJeN, 2009. — P. 211–220. [in Russian]
13. Zhihu. — 2024. — URL: <https://www.zhihu.com/> (accessed: 25.05.2024). [in Chinese]
14. Weibo. — 2024. — URL: <https://m.weibo.cn/> (accessed: 25.05.2024). [in Chinese]
15. Douyin. — 2024. — URL: <https://www.douyin.com/> (accessed: 25.05.2024). [in Chinese]