



**Линь Чуаньчжао**

Аспирант

Кафедра периодической печати, факультет журналистики,  
Московский государственный университет  
им. М.В. Ломоносова, г. Москва, e-mail: linchuanzhao@mail.ru

**Lin Chuanzhao**

PhD Student

Department of Periodical Press, Faculty of Journalism,  
Lomonosov Moscow State University, Moscow,  
e-mail: linchuanzhao@mail.ru

## **АНАЛИЗ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ РОССИИ И КИТАЯ В «РОССИЙСКОЙ ГАЗЕТЕ» И ГАЗЕТЕ «ЖЭНЬМИНЬ ЖИБАО»**

**Аннотация.** В современных условиях деятельность политических лидеров каждого из государств является постоянным и пристальным объектом внимания для журналистики и медиа, а особенности медиарепрезентации политических лидеров оказывают значимое влияние на информационную повестку как в самой стране, так и за ее пределами. В статье рассматриваются особенности медиарепрезентации деятельности современных политических лидеров России и Китая. Представлены результаты количественного и качественного контент-анализа публикаций в «Российской газете» и в газете «Жэньминь жибао» за 2018–2019 гг.

На основании полученных данных проводится сравнительный анализ и делается вывод о том, что особенности репрезентации деятельности политических лидеров в значительной степени обусловлены актуальной политической повесткой, идеологическими установками, историческими и культурными национальными особенностями, международным контекстом, а также личностными характеристиками самого национального лидера. Установление диалога между властью и обществом – важнейшее условие успешного развития государства. Ведущая роль в его осуществлении принадлежит средствам массовой информации, которые выступают посредниками между властью и обществом. Доверие населения к существующей власти можно назвать важным фактором стабильного социального, политического и экономического развития. Медиарепрезентация политических лидеров таких значимых в современном мире стран, как Россия и Китай, является не только важной формой взаимодействия внутри этих стран, но и ключевым фактором успешного межгосударственного сотрудничества.

Актуальность данного исследования вызвана также интенсификацией процессов медиатизации политической деятельности в целом, пониманием связи между медиаобразом лидера и формированием имиджа государства в мировом медиапространстве, необходимостью выявления особенностей профессиональной деятельности журнали-

стов, работающих в данном направлении, а также сравнением подходов двух стран в медиарепрезентации деятельности лидеров государств.

**Ключевые слова.** Деятельность политических лидеров, Россия, Китай, медиарепрезентация.

**Информация о статье.** Дата поступления 4 апреля 2020 г.; дата принятия к печати 25 сентября 2020 г.; дата онлайн-размещения 30 сентября 2020 г.

---

## **AN ANALYSIS OF REPRESENTATION OF ACTIVITIES OF RUSSIA'S AND CHINA'S POLITICAL LEADERS IN "ROSSIJSKAJA GAZETA" AND "ZHJEN'MIN' ZHIBAO"**

**Abstract.** Currently, Russia's and China's political leaders' activities are the focus of journalists' and mass media's attention in both countries. Besides, the way the national leader is represented in mass media has a significant impact on the information agenda both inside and outside each country. The author of the article studies the features of this media representation, and makes a content analysis by quality and quantity of publications in Rossijskaja Gazeta and Zhjen'min' Zhibao newspapers in the period 2018–2019.

Basing on the results of a comparative analysis of the research data, the author makes an inference that peculiarities of the representation of the political figures' activities largely depend on the topical political agenda, ideological attitudes, national historical and cultural features, the international context, and the national leader's personality. Mass media, being an intermediary between authorities and public, play the leading role in establishing communication between them and making it effective, which is a prerequisite for the state's successful development. People's trust in authorities may be considered important factor of stable social, political and economic development. Media representation of the national leaders of Russia and China, two of the world's superpowers, is not only an important form of interaction inside the countries, but also a key factor of successful international cooperation.

The topicality of the study is determined by the intensifying mediatization of politics in general, and growing awareness of the dependence between the global media image of a national leader and that of the country he or she runs. Moreover, for a complete picture, it is necessary to identify job factors for journalists working in this sphere, and compare the approaches to representing the national leaders and their actions in the two countries.

**Keywords.** Mediatization, media activism, mediatization of politics, Russian youth, social networks, Instagram.

**Article info.** Received April 4, 2020; accepted September 25, 2020; available online September 30, 2020.

---

В современных условиях деятельность политических лидеров каждого из государств является постоянным и пристальным объектом внимания для журналистики и медиа, а особенности медиарепрезентации политических лидеров

оказывают значимое влияние на информационную повестку как в самой стране, так и за ее пределами. Изучение медиарепрезентации деятельности политических лидеров связано прежде всего с необходимостью осознать сущность понятия

«политический лидер» и феномен политического лидерства [1]. Кроме того, в последний период происходят заметные изменения в политике России и КНР в целом, а с изменением политического контекста и ситуации в международных отношениях СМИ — актуализируется задача по осмыслению отражения этих изменений в СМИ, в том числе изменений в медиарепрезентации лидеров этих стран. Именно поэтому медиарепрезентация политических лидеров России и Китая представляется актуальной для изучения темой и в настоящее время вызывают значительный интерес у исследователей.

Основополагающими в контексте данного исследования являются работы, посвященные фундаментальному анализу роли медиа в современных общественно-политических процессах. Важное направление также представляют труды ученых, посвятивших свои работы концептам медиаобраза и медиарепрезентации: как прямому осмыслению и развитию этих концептов, так и их использованию в различных междисциплинарных исследованиях. В российском исследовательском пространстве неоднократно анализировались теоретические и практические аспекты медиаобраза. Можно назвать, в частности, таких исследователей как Е.Н. Богдан, Г. Димитракопулос, Е.Б. Краснова, Д.Д. Цилюрик и ряд других [2–5]. Так, в исследовании Е.Н. Богдан выявлялся потенциал понятия «медиаобраз», возможности его использования в консолидации общества и в совершенствовании журналистской деятельности; в нем также был предпринят опыт эмпирического исследования медиаобраза Рос-

сии и сделаны выводы о том, что «в ходе отображения реалий российской действительности СМИ нередко создают такую картину России, которая состоит из фрагментарных импульсивных высказываний журналистов и приводит к тому, что образ страны скорее разобщает граждан, чем выступает в роли средства их объединения» [6].

Итак, цель теоретического анализа заключается в том, чтобы показать закономерности политического лидерства и его медиарепрезентации и дать теоретический бэкграунд для эмпирического анализа, который позволит провести его более качественно. Центром политической коммуникации практически всегда становится политический лидер — лицо, обладающее способностью возглавить движение масс, организовать их и стимулировать к активному участию в текущем процессе. Как правило, лидерство достигается благодаря личным качествам индивида, берущего на себя эту роль, — его способностям быть услышанным, понятым и принятым участниками движения. М. Вебер высказал такое мнение о значении политических лидеров: «Весь исторический опыт подтверждает, что возможного нельзя было бы достичь, если бы в мире снова и снова не тянулись к невозможному. Но тот, кто на это способен, должен быть вождем, мало того, он еще должен быть — в самом простом смысле слова — героем. И даже те, кто не суть ни то, ни другое, должны вооружиться той твердостью духа, которую не сломит и крушение всех надежд» [7].

На практике цели политика обнаруживают себя как тематические

направления деятельности, в которых можно условно выделить две основные группы: одна объединяет направления, связанные с внутренней жизнью страны, другая касается международной деятельности. Направления, входящие в эти комплексы, связаны с важнейшими сферами жизни. В их числе — отношения в обществе и его здоровье, экономика и культура, экология и политика, наука и социальное бытие, промышленность и сельское хозяйство, искусство и литература. Интегральная концепция лидерства несет в себе представление о лидере как личности, которая представляет интересы общества и в соответствии с этим принимает решение и несет ответственность за них, а также за потребности и стремления людей. В этом контексте определяются обязанности, отражаемые в теоретических концепциях как функции лидера.

Исходный этап деятельности лидера, как правило, связан с характером ситуации, сложившейся в обществе, и комплексом дел, встающих перед лидером в качестве первоочередных. В их число входит решение таких неотложных взаимосвязанных задач как:

- 1) анализ сложившейся ситуации, требующий постановки политического диагноза;

- 2) выявление основного направления деятельности, необходимой для устранения возникших проблем, и разработка ее программы как совокупности определенных целей;

- 3) объединение сил, заинтересованных в достижении поставленных целей [8, с. 64–86].

Исследователи отмечают, что особенности репрезентации политических деятелей в СМИ других

стран во многом зависят от медиаобраза страны, политическим лидером которой является субъект. Имидж страны, как и в случае с имиджем политического деятеля, не тождественен медиаобразу, поскольку имидж формируется исторически, а медиаобраз создается в СМИ. Однако важно учитывать, что медиаобраз способен влиять на имидж страны или политического деятеля. Например, существует мнение, что медиаобраз России не соответствует не только реальности, но и тому имиджу, который транслируется в международных отношениях. Поэтому таким важным представляется влияние политических деятелей и дипломатов на формирующийся за рубежом образ страны [9, с. 166].

Т.Н. Пищева отмечает: «Изучение политических образов должно включать по возможности все аспекты: контекст восприятия, особенности объекта восприятия, коммуникативной системы, субъекта восприятия, форму и содержание самого политического образа» [10]. В целом, исследователи обращают внимание на различные аспекты проблемы формирования политического имиджа и медиаобраза государств. Рассматриваются особенности формирования имиджа политического лидера в условиях современности (иногда — на примерах политических лидеров России и Китая). Многие исследования посвящены анализу проблемы восприятия имиджа России и ее лидера в Китае и имиджа Китая и его лидера в России.

Китайские исследователи считают, что имидж политических лидеров включает в себя внешность,

речь, поведение и идеологическую силу [11]. Также продвигается идея о том, что успешный имидж лидера увеличивает сплоченность нации и помогает в реализации государственной политики [12]. До того, как Си Цзиньпин пришел к власти, китайские исследователи называли образ китайского лидера «слишком простым и идеализированным» [13]. При этом важно отметить, что большая часть анализа имиджа китайских политических лидеров основана на репрезентации СМИ [14]. Кроме того, китайские исследователи отмечают, что медиарепрезентация лидеров в традиционных СМИ осуществляется более активно, чем в новых медиа: «Различия в формировании имиджа в традиционных СМИ и новых медиа обусловлены их возможностями. Традиционные СМИ, особенно печатные, не способны использовать мультимедийность, гипертекстуальность новых медиа. Здесь основной акцент делается на содержание публикаций. Для Китая характерным является то, что, согласно закону, именно традиционные СМИ являются основным источником информации» [15].

Что касается образа В.В. Путина и его роли в российской истории в целом, здесь важно отметить, что он является Президентом на протяжении длительного периода, включающего, в том числе, кардинальные постсоветские трансформации, связанные с переходом от тоталитарного государства к демократическому через авторитарное правление [16]. Эта характерная особенность помогает понять образ В.В. Путина и тот факт, что в медиадискурсе сосредоточен большой объем информации о политическом лидере — причем не

только о его деятельности на данный момент, но и об историческом аспекте лидерства Путина.

Чтобы выявить, из чего складывается деятельность политического лидера, нужен анализ связей, которые обнаруживаются между характерным для политического лидера функциональным рядом, существующими типами деятельности и формами работы, используемыми лидерами для реализации функций. Существует ряд исследований, посвященных Владимиру Путину и Си Цзиньпину, — как научных статей, так и монографий, а также книг научно-популярного характера, в которых рассматривается, в том числе, медиарепрезентация политических лидеров [17, с. 13; 18–20]. Здесь также важно подчеркнуть, что они являются лидерами крупнейших мировых держав, играющих важную роль в современных международных процессах, поэтому их деятельности уделяется также большое внимание мировыми СМИ. Ряд исследований посвящен конкретно анализу восприятия имиджа России и ее лидера в Китае и имиджа Китая и его лидера в России [21–23]. Тем не менее, представляется, что данная проблема требует более глубокого анализа, основанного на эмпирическом исследовании.

### **Методология исследования**

**Методы исследования** — количественный и качественный контент-анализ. На стадии количественного анализа мы посчитали частоту упоминаемости имен политических лидеров в выбранных СМИ. В процессе качественного анализа была сделана выборка из выборки. Мы изучили содержание материалов, ха-

рактер высказываний журналистов обеих стран о политических лидерах и стилистические особенности наиболее репрезентативных в контексте исследования публикаций.

В качестве объекта исследования были выбраны две крупнейшие ежедневные газеты — «Российская газета» и «Жэньминь жибао». «Российская газета» — это официальное государственное издание, которое распространяется на всей территории РФ. «Жэньминь жибао» — одно из старейших и наиболее авторитетных изданий в Китае.

Период исследования — с 1 июня 2018 г. по 1 июня 2019 г. В выборку попали публикации, содержащие словосочетания «Владимир Путин» или «Си Цзиньпин». Было зафиксировано общее количество публикаций по каждому из двух поисковых запросов за каждый месяц. Общее количество выявленных по ключевым словам публикаций составило 13 017, в том числе — 5 109 публикаций с упоминанием лидера РФ (в «Российской газете» — 4 939 и в «Жэньминь жибао» — 170) и 7 908 публикаций с упоминанием лидера КНР (в «Российской газете» — 382 и в «Жэньминь жибао» — 7 526). В результате была сформирована репрезентативная выборка текстов, составившая массив из 40 публикаций (по 20 публикаций из каждого издания) для качественного анализа.

Цель исследования — выявление особенностей медиарепрезентации деятельности современных политических лидеров России и Китая и их последующее сравнение, которое позволит установить сходства и различия национальных моделей медиарепрезентации политического лидерства

**Анализ содержания публикаций.** Первая стадия качественного контент-анализа публикаций обеих газет была осуществлена на основании следующих параметров:

1. **Направления деятельности (тема).** От того, какое направление деятельности политического лидера описано в конкретной публикации, зависит характер репрезентации деятельности политического лидера. Лидер может проявлять себя исключительно на уровне речи (например, комментируя социально-политические события и изменения) или действовать более масштабно, влияя на политический процесс.

2. **Формы работы.** Эта содержательная особенность подразумевает описание форм работы лидера с аудиторией (под аудиторией в данном случае понимаются как граждане государств, так и читатели СМИ). В публикации может описываться определенная форма работы политического лидера — комментарий, обещание, призыв, беседа и др.

3. **Тип деятельности.** Данная содержательная особенность текста связана с разграничением на внутривластную и внешнеполитическую деятельность. По сути, это два главных типа деятельности политических лидеров. Обоим из них уделяется внимание в выбранных для анализа публикациях.

4. **Проявление лидерских функций.** От того, как политический лидер проявляет свои лидерские функции, и от репрезентации проявления лидерских функций политика в СМИ зависит восприятие лидера в государстве, которым он руководит, и за рубежом. Поэтому данную выбранную нами для анализа содержательную



особенность можно назвать главной — в одном и том же СМИ описание лидерских функций политического деятеля может варьироваться.

**Анализ жанрово-структурных особенностей текстов.** На втором этапе качественного анализа мы рассмотрим каждую из нижеприведенных жанрово-структурных особенностей текстов.

1. **Жанровые решения.** В каждой из газет присутствует большое количество жанров. Эти жанры могут быть как типичными для новостных изданий, так и относительно нетипичными (например, монолог или аналитическая статья).

2. **Логическая структура.** Влиять на восприятие читателем текста (и, как следствие, описываемого в тексте политического лидера) можно при помощи логической организации текста. Не все публикации одной газеты имеют одинаковую логическую структуру — их пишут разные журналисты с разными целями.

3. **Аргументация.** Вышесказанное применимо и к аргументации. Аргументация каждой публикации своеобразна. В некоторых случаях более уместна рациональная аргументация, в некоторых — эмоциональная.

4. **Образный ряд.** В публицистических текстах допустимы и уместны яркие образы. Также в публицистических текстах могут вообще отсутствовать визуальные образы, и этот вариант предусмотрен в кодификаторе.

5. **Визуальные метки.** Под визуальными метками мы понимаем визуальные знаки, маркирующие публикацию и отсылающие к ее содержанию. Это могут быть любые визуальные образы, соотносящиеся с основной темой публикации и, в

частности, с описываемой деятельностью политических лидеров.

### **Репрезентация деятельности лидеров в изданиях «Российская газета» и «Жэньминь жибао»: результаты анализа**

Для качественного анализа было выбрано по 20 публикаций из каждой газеты (все тексты опубликованы в период с 1 июня 2018 г. по 1 июня 2019 г.). Публикации выбирались по следующему принципу: деятельность лидеров в них не просто упоминается, а подробно описывается; в дополнение к этому текст дает важную информацию об имидже политического лидера и/или о современных российско-китайских отношениях. Репрезентация деятельности политических лидеров оценивается, в первую очередь, по тому, насколько полно в публикациях представлены все лидерские функции, а также направления деятельности и формы работы политических лидеров.

Всего за выбранный период в «Российской газете» было опубликовано 4 939 текстов, в которых упоминается президент РФ. Сразу следует уточнить, что в этих публикациях обязательно подробно анализируется деятельность Владимира Путина; его имя может просто упоминаться в связи с другими новостями (как в большинстве публикаций).

Число публикаций о Владимире Путине в месяц — от 288 до 534. В каждый месяц в газете обязательно публиковались тексты, полностью посвященные политическому лидеру (их количество зависит от происходящих в конкретный месяц политических событий). В большинство месяцев года в газете освещались

все направления деятельности политического лидера. В газете уделяется внимание всем важным событиям, связанным с деятельностью президента и ее влиянием на политику — как внутреннюю, так и внешнюю. Также в публикациях описаны все основные формы работы президента. Среди публикаций каждого месяца есть те, в которых освещается внутренняя и внешняя политика Владимира Путина.

С точки зрения жанрово-структурных особенностей репрезентации деятельности политических лидеров следует отметить, что большинство выявленных текстов «Российской газеты» представляют из себя жанр новости. Также присутствуют отчеты, репортажи, интервью и — реже — монологи, диалоги, статьи, еще реже — другие жанры. Большинство публикаций имеет ярко выраженную логическую структуру, в некоторых публикациях можно заметить мотивированно прерывистую структуру. В большинстве публикаций характер аргументации рациональный. В публикациях за большую часть месяцев — ярко выраженный образный ряд. В публикациях за все месяцы присутствуют визуальные метки тематики.

Говоря о репрезентации Владимира Путина в «Жэньминь жибао», стоит обратить внимание на то, что имидж создается в газете начиная с 2001 г. Количество публикаций о лидере РФ существенно увеличилось в 2014 г., что было связано с усилением российской внутренней и внешней политики [24]. Число публикаций о Владимире Путине за год — 170. В текстах описаны различные направления деятельности российского политического лидера, особое внима-

ние уделяется при этом его внешнеполитической деятельности.

Для описания деятельности президента РФ в «Жэньминь жибао» также используются преимущественно новостные жанры. В большинстве публикаций — строгая логическая структура, в некоторых — мотивированно прерывистая. Аргументация главным образом рациональная, но иногда встречается сбалансированная (сочетание рациональной и эмоциональной аргументации). Образный ряд некоторых публикаций достаточно богат, но есть и публикации без словесных образов, визуальных меток или с невыразительными метками (например, в одной из публикаций говорится об «игре» в санкции и о «тонкостях политической борьбы между санкциями и контрсанкциями»), но есть и публикации без словесных образов, визуальных меток или с невыразительными метками. В качестве визуальных меток в публикациях о российском лидере в газете используются фотографии из «РИА Новости» (источник фото подписан).

Деятельность Си Цзиньпина освещена в публикациях «Российской газеты» не так полно. Всего за год в газете было опубликовано 382 текста, где упоминается политический лидер КНР. Наибольшее число публикаций за месяц — 61, наименьшее — 16. В газете есть публикации, в которых имя политического лидера КНР упоминается в связи с отношениями между Россией и Китаем, основными дипломатическими событиями. Обычно в таких публикациях упоминается как Си Цзиньпин, так и Владимир Путин (например, в газете отмечается, что «Кроме частых встреч председатель КНР и



президент РФ создали множество прецедентов в истории общения лидеров, что в полной мере отразило высокий уровень и особый характер китайско-российского взаимодействия»). Публикаций о деятельности китайского политического лидера в издании существенно меньше) (например, в одной из публикаций описываются встречи с политическими лидерами, в которых участвовал Си Цзиньпин во время тура по Европе).

Направления деятельности лидера описаны в газете избирательно, типы деятельности лидера получают более полную репрезентацию — описываются внутривнутриполитическая и внешнеполитическая деятельность. Лидерские функции Си Цзиньпина либо не описаны совсем, либо выражены слабо.

В публикациях о китайском лидере встречается меньшее количество жанров, чем в презентациях о российском лидере. Мотивированная логическая структура преобладает в текстах, но в некоторых публикациях логика мотивированно нарушается. В публикациях присутствует преимущественно рациональная аргументация. В большинстве публикаций имеется ярко выраженный образный ряд. Визуальные метки тематики встречаются в большей части публикаций всех месяцев периода.

При анализе репрезентации лидера КНР в газете «Жэньминь жибао» выявлено общее число публикаций за год — 7 526. В «Жэньминь жибао» описываются абсолютно все направления деятельности и формы работы. Лидерские функции Си Цзиньпина достаточно полно представлены в публикациях: он описан как сильный лидер (во многих текстах отражено несколько его

лидерских функций). Стоит также отметить, что в публикациях лидерские качества Си Цзиньпина подчеркиваются благодаря тому, что акцентируются его инициативы и положительное отношение к российско-китайскому сотрудничеству, например: «По словам Си Цзиньпина, Россия является важным партнером по сотрудничеству в совместном строительстве “Пояса и пути”. Образцовым примером регионального экономического сотрудничества является сопряжение инициативы “Пояс и путь” с Евразийским экономическим союзом. На следующем этапе обеим сторонам необходимо продолжать развивать сотрудничество в таких сферах, как экономика и торговля, энергоресурсы, наука и техника, космонавтика, взаимозавязанность, гуманитарные связи и местное сотрудничество».

При описании деятельности лидера КНР в «Жэньминь жибао» используются более разнообразные жанровые решения, чем при освещении деятельности Владимира Путина. Жанры используются не только новостные, но и аналитические (например, статьи, имиджевые интервью). Логика в большинстве публикаций строго выраженная или мотивированно прерывистая (реже). Преобладает рациональная аргументация, но встречается и сбалансированная. Образный ряд в большей части публикаций — ярко выраженный. Например, в одной из публикаций цитируются пословицы, которыми Си Цзиньпин иллюстрировал свои тезисы во время публичного выступления («Поднимайтесь вместе в высокие горы, спускайтесь в низкие долины», «несите свет вместе, переносите тяжелое вместе»); «выращи-

вайте дыни, чтобы получать дыни, выращивайте фасоль, чтобы получать фасоль» (о проблемах дипломатии). Визуальные метки тематики есть в большинстве публикаций.

В «Российской газете» деятельность Владимира Путина освещается более полно, чем деятельность Си Цзиньпина, как и следовало ожидать. Различие в количестве публикаций сильно влияет на то, как освещены направления и типы деятельности, формы работы и лидерские функции лидеров России и Китая. Несмотря на то, что в «Российской газете» есть публикации, которые полностью посвящены Си Цзиньпину, его образ в газете получается не такой яркий и полный, как образ российского лидера. Кроме того, разница в количестве публикаций влияет на жанрово-структурное разнообразие текстов — главным образом на то, в каких жанрах описывается деятельность лидеров (в публикациях о Владимире Путине встречаются все указанные жанры, тогда как жанры текстов о Си Цзиньпине менее разнообразны).

В газете «Жэньминь жибао» политическому лидеру Китая также уделяется больше внимания, чем деятельности и личности Владимира Путина, что закономерно. В газете есть публикации, в которых рассматриваются отношения России и Китая, вехи в них — ключевые события в области дипломатии, а также важные аспекты коммуникации между политическими лидерами (например, в одной из публикаций сообщается, что «Си Цзиньпин вручил президенту РФ Владимиру Путину орден Дружбы КНР. Российский президент стал первым иностранным лидером, удостоенным этой высокой китайской госнаграды»). При

этом в издании встречаются имиджевые публикации о политическом лидере России.

Хотя в изданиях есть публикации, где рассматриваются коммуникации между Владимиром Путиным и Си Цзиньпином, а также вехи отношений между Россией и Китаем, публикации о президенте РФ и лидере КНР более разнообразны содержательно и формально в «Российской газете» и в «Жэньминь жибао» соответственно. Важно отметить также крайнюю степень идеологизированности «Жэньминь жибао», что не может не отражаться на репрезентации деятельности политического лидера (в «Российской газете» отсутствуют идеологические коннотации).

### Выводы

По результатам анализа можно сделать вывод о том, что репрезентации политических лидеров в выбранных изданиях имеют как сходные, так и различные черты, однако различия все же преобладают.

В частности, репрезентация деятельности В.В. Путина в «Российской газете» предполагает большое внимание к деятельности лидера государства, однако объем этого внимания все же несравним с долей внимания, уделяемого в «Жэньминь жибао» деятельности Си Цзиньпин. Также в репрезентации деятельности В.В. Путина в «Российской газете» используется значительно большее жанровое разнообразие (кроме новостных жанров используются разные виды интервью, статей и ряда других жанров, в том числе разнообразный визуальный контент). Кроме того, заметно большее тематическое разнообразие публикаций, разнообразие представляемых в ней самих

видов деятельности, а также более неформальная и современная подача информации о деятельности лидера страны, активное использование образных средств и в целом живого языка публикаций. При этом не выдвигаются на первый план (часто вообще не акцентируются) лидерские качества президента В.В. Путина, а отдается предпочтение освещению личностных качеств, но чаще всего и им не уделяется внимания. В качестве негативных особенностей следует отметить все же существенное преобладание новостных жанров публикаций, снижающее значимость медиарепрезентации недостаточное количество крупных жанров, таких как интервью, статья и т.п.

Особенности репрезентации деятельности лидера КНР в «Жэньминь жибао», которые следует отметить, заключаются прежде всего в активном использовании жанра репортажа для освещения его действий и личности. При этом в жанровой структуре все же отчетливо преобладает отчет как основная форма подачи актуальной и максимально подробной информации. В тематической палитре публикаций доминируют политические, дипломатические и социальные темы. Публикации иллюстрируются аутентичными изображениями (в основном, фотографиями, которые объединяются в галереи). При этом «Жэньминь жибао» уделяет значительное внимание человеческим характеристикам и жизненному опыту Си Цзиньпина, его отношениям с женой, что дополняет его медиаобраз и делает его менее схематичным и односторонним. Однако аспектам жизни политического деятеля уделяется намного меньше внимания, чем его

политической деятельности. Можно утверждать, что репрезентация Си Цзиньпина тесно увязана с китайскими культурными и философскими традициями, что часто помогает усилить его образ как политического лидера, сделать его более глубоким и понятным аудитории. При этом недостаточно все же используется образов и ярких деталей, которые позволили бы сделать образ лидера более живым и человечным. Образ становится более интересным, обогащается в основном за счет передачи речи политического лидера: Си Цзиньпин часто использует метафоры, упоминает цитаты, пословицы и поговорки, китайские стихи. Эта особенность речи подчеркивает связь китайского лидера с культурой его страны.

Репрезентации политических лидеров в «Российской газете» и «Жэньминь жибао» близки тем, что деятельность лидера другой страны освещена в значительно меньшей степени, чем деятельность лидера своей страны. Это представляется в целом закономерным, поскольку политическая повестка своего государства приоритетна, однако преобладание выглядит чрезмерным и недостаточно обоснованным. При этом все же Си Цзиньпин описан в «Российской газете» более многогранно, чем В.В. Путин в «Жэньминь жибао». Си Цзиньпин в «Российской газете» рассматривается как сильный политический лидер Китая, но этот образ не обладает самостоятельной ценностью. Несмотря на то, что деятельность Си Цзиньпина освещается в газете активно, его личность имеет второстепенное значение, а политическая деятельность описывается через достижения Ки-

тая. Репрезентацию деятельности В.В. Путина в «Жэньминь жибао» можно охарактеризовать крайней скупостью используемых средств, так как Президент РФ представлен преимущественно в новостных текстах. Личности этого политического лидера в издании уделяется мало внимания, его образ крайне невыразителен. Можно предположить, что такой подход связан с общим новостным фокусом издания, а также с максимальным акцентированием внимания (своеобразным информационным культом) на личности Си Цзиньпина.

Результаты эмпирического анализа подтвердили также, что репрезентации деятельности политических лидеров обусловлены различными факторами, в том числе: актуальной политической повесткой, идеологическими установками, историческими и культурными национальными, международным контекстом, а также личностными характеристиками самого национального лидера. Специфика репрезентации деятельности политических лидеров ярко проявляется как в характеристиках деятельности лидера, так и в подаче и форме медиарепрезентации.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лазутина Г.В. Моделирование как метод познания в контексте медиарепрезентации деятельности политических лидеров / Г.В. Лазутина, Ч. Линь, О.В. Смирнова. — DOI 10.17150/2308-6203.2019.8(3).569-584 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 3. — С. 569–584.
2. Богдан Е.Н. Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Е.Н. Богдан. — Москва, 2007. — 224 с.
3. Димитракопулос Г. Образ Греции в современной российской прессе : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Г. Димитракопулос. — Москва, 2015. — 22 с.
4. Краснова Е.Б. Образ России на страницах качественной газеты «Нойе цюрхер цайтунг» : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10/01/10 / Е.Б. Краснова. — Москва, 2012. — 21 с.
5. Цилюрик Д.Д. Образ России в современном французском политическом медиадискурсе (по материалам электронных версий ежедневных газет «Монд», «Фигаро», и «Либерасьон» за 2008-2012 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Д.Д. Цилюрик. — Москва, 2013. — 21 с.
6. Богдан Е.Л. Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Е.Л. Богдан. — Москва, 2007. — 23 с.
7. Вебер М. Политика как призвание и профессия / М. Вебер // Избранные произведения. — Москва, 1990. — С. 644–706.
8. Максвелл Д. 21 неопровержимый закон лидера / Д. Максвелл. — Минск : Попурри, 2007. — 320 с.
9. Пугачев В.П. Введение в политологию / В.П. Пугачев, А.И. Соловьев. — Москва : Аспект Пресс, 2005. — 477 с.
10. Зеленцов М.В. Акторы формирования образа России в зарубежном медиапространстве / М.В. Зеленцов. — DOI 10.17150/2308-6203.2015.4(2).159-169 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2015. — № 2. — С. 159–169.
11. Пищева Т.Н. Политические образы: проблемы исследования и интерпретации / Т.Н. Пищева // Полис. Политические исследования. — 2011. — № 2. — С. 47–52.
12. 衣小品. 领导人形象在政府形象塑造中的重要作用 [J]. 行政与法, 1999, 66页.
13. 王薇, 龚华生. 基于社会性个人视角的政府领导人形象塑造 [J]. 技术经济与管理研究, 2006 (3), 41页
14. 崔霄鹤. 2010年《人民日报》中中国国家领导人的媒体形象研究 [D]. 上海: 上海外国语大学, 2011. 35页

15. 诸丽琴. 我国国家领导人新媒体媒介形象传播研究 [D]. 苏州: 苏州大学, 2012. 25页
16. 吴瑛. 中国如何改进领导人形象? [J]. 社会观察, 2013 (05), 20–25页
17. Шестопап Е.Б. Проект длиною в четверть века. Исследование образов власти и лидеров в постсоветской России (1993–2018) / Е.Б. Шестопап // Полис. Политические исследования. — 2019. — № 1. — С. 9–20.
18. Абдуллина Л.С. Репрезентация В.В. Путина как национального лидера / Л.С. Абдуллина // Вестник Башкирского университета. — 2015. — Т. 20, № 1. — С. 274–278.
19. Поликарпов В. Красный дракон. Китай между Америкой и Россией. От Мао Цзэдуна до Си Цзиньпина / В. Поликарпов, Е. Поликарпова. — Москва: Алгоритм, 2016. — 432 с.
20. Стахова К.В. Си Цзиньпин в центре «китайской мечты» / К.В. Стахова // VIII Лазаревские чтения: «Лики традиционной культуры в современном культурном пространстве: ренессанс базовых ценностей?»: материалы междунар. науч. конф., Челябинск, 27–28 февр. 2018 г.: в 2 ч. — Челябинск, 2018. — Ч. 1. — С. 265–269.
21. Стоун О. Интервью с Владимиром Путиным / О. Стоун. — Москва: Альпина Паблишер, 2018. — 350 с.
22. Чудинов А.П. Метафора в политической коммуникации / А.П. Чудинов, Э.В. Будаев. — Москва: Флинта, 2011. — 248 с.
23. Торопова С.А. Медиаобраз Китая в российском информационном поле: основные составляющие / С.А. Торопова // Наука сегодня: проблемы и перспективы развития: материалы междунар. науч.-практ. конф., Вологда, 29 нояб. 2017 г.: в 3 ч. — Вологда, 2017. — Ч. 1. — С. 140–142.
24. Ченджи Л. Имидж В. В. Путина в дискурсивном пространстве китайских СМИ как фактор реализации совместных политико-экономических проектов / Л. Ченджи, Ю.К. Волобоева, М.В. Горбачев // Вестник Саратовской государственной юридической академии. — 2016. — № 1. — С. 231–234.

## REFERENCES

1. Lazutina G.V., Lin Ch., Smirnova O.V. Modeling as a Method of Cognition in the Context of the Study of Leaders' Representations. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, vol. 8, no. 3, pp. 569–584. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).569-584. (In Russian).
2. Bogdan E.N. *Mediaobraz Rossii kak sredstvo konsolidatsii obshchestva: strukturnofunktsional'nye kharakteristiki*. Cand. Diss. [Media Image of Russia as a Means of Consolidation of Society: Structural and Functional Characteristics. Cand. Diss.]. Moscow, 2007. 224 p.
3. Dimitrakopoulos G. *Obraz Gretsii v sovremennoi rossiiskoi presse*. Avtoref. Diss. Cand. [The image a Greece in the modern Russian press. Cand. Diss. Thesis]. Moscow, 2015. 22 p.
4. Krasnova E.B. *Obraz Rossii na stranitsakh kachestvennoi gazety "Noie tsyurkher tsaitung"*. Avtoref. Kand. Diss. [Image of Russia in the high-quality paper Neue Zürcher Zeitung. Cand. Diss. Thesis]. Moscow, 2012. 21 p.
5. Tsilyurik D.D. *Obraz Rossii v sovremennom frantsuzskom politicheskom mediadiskurse (po materialam elektronnykh versii ezhednevnykh gazet «Mond», «Figaro», i «Liberas'on» za 2008–2012 gg.)*. Avtoref. Kand. Diss. [Image of Russia in the current French political media discourse (on the materials of electronic versions of dailies *Monde*, *Figaro* and *Liberation* in 2008–2012). Cand. Diss. Thesis]. Moscow, 2013. 21 p.
6. Bogdan E.N. *Mediaobraz Rossii kak sredstvo konsolidatsii obshchestva: strukturnofunktsional'nye kharakteristiki*. Avtoref. Kand. Diss. [Media Image of Russia as a Means of Consolidation of Society: Structural and Functional Characteristics. Cand. Diss. Thesis]. Moscow, 2007. 23 p.
7. Weber M. *Politik als Beruf*. München, Verlag von Duncker & Humblot, 1919. 296 S. (Russ. ed.: Veber M. *Politika kak prizvanie i professiya*. *Izbrannye proizvedeniya*. Moscow, 1990, pp. 644–706.)
8. Maxwell J. *The 21 Irrefutable Laws of Leadership*. Scotland, Tomas Nelson, 1998. 256 p. (Russ. ed.: Maxwell J. *21 neoproverzhimyi zakon lidera*. Minsk, Popurri Publ., 2007. 320 p.)
9. Pugachev V.P., Solovov A.I. *Vvedenie v politologiyu* [An Introduction to Political Science]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2005. 477 p.



10. Zelentsov M. V. Actors of Forming the Image of Russia` in the Foreign Media Space. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2015, vol. 4, no. 2, pp. 159–169. DOI: 10.17150/2308-6203.2015.4(2).159-169. (In Russian).
11. Pishcheva T.N. Political images: problems of studying and interpretation. *Polis. Politicheskie issledovaniya = Polis. Political studies*, 2011, no. 2, pp. 47–52. (In Russian).
12. 衣小品 . 领导人形象在政府形象塑造中的重要作用 [J] . 行政与法, 1999 , 66页
13. 王薇, 龚华生 . 基于社会性个人视角的政府领导人形象塑造 [J] . 技术经济与管理研究, 2006 ( 3) , 41页
14. 崔霄鹤 . 2010 年《人民日报》中中国国家领导人的媒体形象研究 [D] . 上海: 上海外国语大学, 2011. 35页
15. 诸丽琴 . 我国国家领导人新媒体媒介形象传播研究 [D] . 苏州: 苏州大学, 2012.25页
16. 吴瑛.中国如何改进领导人形象? [J].社会观察,2013 ( 05 ) , 20–25页
17. Shestopal Ye.B. Quarter-Century-Long Project: Study of the Images of Authorities and Leaders in Post-Soviet Russia (1993-2018). *Polis. Politicheskie issledovaniya = Polis. Political studies*, 2019, no. 1, pp. 9–20. (In Russian).
18. Abdullina L.S. Representation of V.V.Putin as a National Leader. *Vestnik Bashkirskogo universiteta = Bulletin of Bashkir University*, 2015, vol. 20, no. 1, pp. 274–278. (In Russian).
19. Polikarpov V., Polikarpova E. *Krasnyi drakon. Kitai mezhdru Amerikoi i Rossiei. Ot Mao Tzeduna do Si Tszin'pina* [Red Dragon. China between the USA and Russia. From Mao Tse-tung to Xi Jinping]. Moscow, Algoritm Publ., 2016. 432 p.
20. Stakhova K.V. Xi Jinping at the Forefront of “Chinesedream”. *VIII Lazarevskie chteniya: «Liki traditsionnoi kul'tury v sovremennom kul'turnom prostranstve: renessans bazovykh tsennostei?»*. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii, Chelyabinsk, 27–28 fevralya 2018 g.* [VIII Lazarev Readings: «Faces of Traditional Culture in the Modern Cultural Space: the Renaissance of Basic Values?». Materials of International Scientific Conference, Chelyabinsk, February 27–28, 2018]. Chelyabinsk, 2018, pt. I, pp. 265–269. (In Russian).
21. Stone O. Interv'y u s Vladimirom Putinyim [The Putin Interviews]. Moscow, Al'pina Pabliher Publ., 2018. 350 p.
22. Chudinov A.P., Budaev E.V. *Metafora v politicheskoi kommunikatsii* [Metaphors in political communication]. Moscow, Flinta Publ., 2011. 248 p.
23. Toropova S.A. Media Image of China in the Russian Information Field: Main Components. *Nauka segodnya: problemy i perspektivy razvitiya. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Vologda, 29 noyabrya 2017 g.* [Science Today: Problems and Prospects of Development. Materials of International Scientific and Practical Conference, Vologda, November 29, 2017]. Vologda, 2017, pt. I, pp. 140–142. (In Russian).
24. Li Shengji, Voloboeva Y.K., Gorbachev M.V. Image of V.V. Putin the Discourse of the Chinese Mass Media as the Guarantor of the Implementation of the Mutual Political-Economic Projects. *Vestnik Saratovskoi gosudarstvennoi yuridicheskoi akademii = Bulletin of Saratov State Law Academy*, 2016, no. 1, pp. 231–234. (In Russian).

### ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Линь Чуаньчжао. Анализ репрезентации деятельности политических лидеров России и Китая в «Российской газете» и газете «Жэньминь жибао» / Линь Чуаньчжао. — DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(3).554-567 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 3. — С. 554–567.

### FOR CITATION

Lin Chuanzhao. An Analysis of Representation of Activities of Russia's and China's Political Leaders in “Rossijskaja Gazeta” and “Zhjen'min' Zhibao”. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 3, pp. 554–567. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(3).554-567. (In Russian).