

«Коммуникативная тревога» относится к страху быть не в состоянии правильно выразить смысл или не понимать слова других людей при общении на ИЯ. «Страх негативной оценки» проистекает из уверенности студентов в себе, которая представляет собой страх быть недооцененным другими. «Тестовая тревога» относится к напряжению, вызванному беспокойством о неудовлетворительных оценках.

Исследование тревожности при изучении ИЯ на занятии основано на общей теории тревожности. С целью выяснить причины, оценить уровень тревожности у студентов и найти пути ее преодоления нами был проведен опрос в двух аспектах: «самоэффективность и оценка» и «статус, черты характера и ситуационная тревожность». Опрос опирается на теорию тревоги и шкалу FLCAS и представлен вопросами, сгруппированными по типам тревоги. Этот опрос разработан для студентов, изучающих ИЯ в научно-технических университетах, и проводился в форме анкетирования. Результаты опроса показали, что уровень тревожности испытуемых при изучении ИЯ в целом был высоким, а основным фактором, приводящим к тревожности, была «тестовая тревога».

Чжоу Циюй

Zhou Qiuyu

ДПУ (Далянь)

Научный руководитель Цао Хайянь

**ДИНАМИКА МЕДИАИМИДЖА ЛИДЕРА РОССИИ В.В. ПУТИНА
(НА МАТЕРИАЛЕ КАНАЛА RUSSIA TODAY (RT) НА WEIBO)**

**Dynamics of the media image of the leader of Russia V.V. Putin
(by the material of the Russia Today (RT) channel on Weibo)**

Будучи Президентом России, В.В. Путин проводит дружественную политику в отношении Китая. Российский лидер, преодолевая идеологические, культурные, этнические и географические барьеры между двумя странами, завоевал любовь и внимание широкой китайской публики. Иллюстрацией этого являются распространенные темы в интернете. Миллионы видеороликов на основных интернет-платформах, а также новостные сообщения, характеризующие Президента РФ и его деятельность, были в списке трендовых тем Weibo более 70 раз в течение двух лет — с 2020 по 2022 гг. (согласно данным официальной поисковой системы Weibo). Это обусловлено не только дружескими отношениями и глубоким стратегическим взаимным доверием между Китаем и Россией, но и успешным формированием медиаимиджа В.В. Путина.

Цель данного исследования — проследить изменения в медиаимидже лидера России В.В. Путина в период с 1 сентября 2019 г. по 31 января 2022 г. (на материале канала Russia Today (далее — RT) на Weibo).

На материале 20 отобранных новостных сообщений имидж лидера РФ был изучен в аспектах гибкости, активности и функциональности.

2020: 1) Путин обсудил роль Советского Союза во Второй мировой войне: «Кто с мечом к нам придет, от меча и погибнет» (2020/3/11); 2) Путин посетил московскую больницу, где лечат пациентов с коронавирусом, и пообщался с молодым пациентом (2020/3/25); 3) 1 июля голосование по #Поправке к Конституции России# вступило в последний день, и Путин пришел голосовать (2020/7/1).

2021: 1) Путин принял участие в православном Крещенском ледяном купании (2021/1/19); 2) Путин и русские женщины, с которыми он встречался на протяжении многих лет (2021/3/14).

RT использует стратегию, во главе угла которой лежат национальные интересы России и которая отвечает медийным вкусам китайской аудитории: способный президент и сильный лидер; дружелюбно относится к Китаю; говорит правду; он не только президент, но и обычный человек.

На фоне напряженности между Россией и Украиной ведущие западные и американские СМИ добились определенной дискурсивной монополии, отказывая российским СМИ в праве высказываться в медиапространстве. В результате имидж В.В. Путина на международной арене переживает кризис. В этой связи важно отметить роль телеканала RT на Weibo, который добился высоких результатов в распространении информации, являющейся фундаментом для продвижения имиджа лидера РФ, и выполняет роль пропагандистской платформы страны за рубежом.

Можем сделать вывод — создание и поддержание медиаимиджа лидера и развитие и усиление зарубежных пропагандистских медиаплатформ — важная и перспективная задача на пути укрепления «мягкой силы» государства.