

RU

Образ вооруженных сил в институциональном и неинституциональном медиадискурсе КНР

Радус Л. А., Мироненко К. Н.

Аннотация. Цель исследования – определить содержательные доминанты репрезентации Народно-освободительной армии Китая (НОАК) в текстах институциональных и неинституциональных СМИ КНР. В статье рассматривается вопрос формирования позитивного имиджа вооруженных сил в контексте возрастающей роли Китая на международной военно-политической арене и проводимых в китайской армии реформ. Научная новизна исследования состоит в том, что в нем впервые проводится сравнение лингвистических средств, используемых в средствах массовой информации и социальных группах, для формирования имиджа такого социального института, как АРМИЯ. В результате исследования установлено, что репрезентация вооруженных сил Китая в институциональном и неинституциональном медиадискурсах имеет значительные лингвопрагматические различия. Языковые единицы официальных СМИ нацелены на формирование положительной рациональной оценки, так как в основном подчеркивают эффективность, боеготовность и технологическое оснащение НОАК, в то время как неофициальные источники чаще обращаются к эмоциональной сфере, описывая исторический контекст, социальную роль армии и ее связь с народом, что в целом способствует устойчивому формированию позитивного образа вооруженных сил у населения Китая.

EN

Image of the armed forces in the institutional and non-institutional media discourse of the PRC

L. A. Radus, K. N. Mironenko

Abstract. The aim of the research is to determine the content dominants of the representation of the People's Liberation Army of China (PLA) in the texts of institutional and non-institutional media in the PRC. The article examines the issue of forming a positive image of the armed forces in the context of China's increasing role in the international military-political arena and the reforms being carried out in the Chinese army. The scientific novelty of the research lies in the fact that it is the first to compare the linguistic means used in the mass media and social groups to form the image of such a social institution as the ARMY. As a result of the research, it was established that the representation of the armed forces of China in institutional and non-institutional media discourses has significant linguo-pragmatic differences. The linguistic units of official media are aimed at forming a positive rational assessment, as they mainly emphasize the efficiency, combat readiness, and technological equipment of the PLA, while unofficial sources more often appeal to the emotional sphere, describing the historical context, the social role of the army, and its connection with the people, which in general contributes to the sustainable formation of a positive image of the armed forces among the population of China.

Введение

Актуальность исследования образа вооруженных сил в институциональном и неинституциональном медиадискурсе КНР определяется современными тенденциями развития лингвистической науки и необходимостью углубленного изучения особенностей медиадискурса как особого типа институционального общения. Современная лингвистика проявляет повышенный интерес к изучению различных типов дискурса, их языковой специфики и коммуникативных особенностей, что делает исследование военного медиадискурса КНР особенно значимым для развития теоретической и прикладной лингвистики. Сопоставительный анализ институционального и неинституционального медиадискурса представляет особую ценность, поскольку позволяет выявить специфические языковые средства, коммуникативные стратегии и тактики, используемые в различных типах медиа при формировании образа вооруженных сил. Исследование лингвистических аспектов формирования образа вооруженных сил в медиадискурсе КНР имеет существенное значение для развития теории дискурс-анализа, медиалингвистики и обогащает теоретическую базу современного языкознания, что особенно

важно в контексте развития современных информационных технологий и трансформации медиaprостранства. Понимание специфики языковых механизмов, используемых в китайском военном медиадискурсе, способствует развитию методологии лингвистического анализа медиатекстов и открывает новые перспективы для сравнительно-сопоставительных исследований в области медиакommunikации.

Для достижения вышепоставленной цели следует решить следующие задачи:

- определить понятие «политический имидж»;
- провести количественный контент-анализ и критический дискурс-анализ институциональных и неинституциональных информационных ресурсов КНР;
- сравнить репрезентуемые доминанты образа НОАК в новостных лентах официальных СМИ, в постах и комментариях неофициальных информационных источников.

Материалом исследования стали 150 новостных сообщений, опубликованных в ключевых китайских институциональных медиаресурсах в период с мая 2022 по май 2024 года. Общий объем корпуса составил 211 678 знаков. В состав корпуса вошли публикации таких изданий, как «Жэньминь Жибао», «Синьхуа», «Гуанмин Жибао», «Sina» и «Global Times». А также 150 развернутых постов и комментариев к ним, опубликованных в Zhihu и WeChat в период с мая 2022 года по май 2024 года, общим объемом 156 016 знаков. Выбор данных источников был обусловлен тематической направленностью и высокой популярностью среди китайских граждан.

Теоретическую базу исследования составляют работы О. И. Калинина (2022), М. Ли и О. А. Солоповой (2021), раскрывающие механизмы метафорического моделирования в военном дискурсе КНР, исследования А. В. Колмогоровой (2018) и Е. Н. Молодыченко (2017), описывающие структурные особенности современного медийного пространства и его влияние на массовое сознание, работы по критическому дискурсу-анализу Т. ван Дейка (Dijk, 2017) и Н. Фэйрклоу (Fairclough, 1995), предлагающие методологию анализа институционального дискурса, труды В. И. Карасика (2019) и Е. А. Кожемякина (2007), систематизирующие подходы к изучению институциональной коммуникации. В области изучения военного дискурса и образа вооруженных сил значимыми являются исследования К. А. Наумовой (2019) и Цзян Чао (2021), раскрывающие специфику репрезентации военной тематики в СМИ. Методологически значимыми для исследования стали работы в области медиалингвистики Т. Г. Добросклонской (2020) и Л. Р. Дускаевой (2018), представляющие комплексный анализ медиатекстов, а также исследования по военной журналистике КНР Ван Сяоцюаня (李永全, 王晓泉 主编, 2016), описывающие специфику освещения военной тематики в китайских СМИ.

Методика анализа включала в себя 2 этапа:

1. Количественный контент-анализ собранного корпуса текстов с целью выявления ключевых слов при помощи программы-конкордансера для анализа текста AntConc (Build 3.5.8) (Anthony, 2013) и качественный анализ – группировка частотных лексем по блокам, выявление смысловых закономерностей в употреблении ключевых слов и коллокаций с использованием сервиса SketchEngine.

2. Критический дискурс-анализ, направленный на уточнение содержания дискурсивных форм репрезентации имиджа НОАК в форме тематического анализа новостных сообщений, то есть выявление основной темы новости и классификация отобранных текстов, что позволяет определить основные тематические доминанты описания деятельности вооруженных сил в традиционных официальных СМИ.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его результатов для проведения перспективного изучения алгоритма формирования имиджа социального института. Кроме того, материалы исследования можно использовать в практике преподавания китайского языка, при разработке и чтении теоретических и практических курсов, посвященных вопросам межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, теории и практики перевода.

Обсуждение и результаты

Изучая имидж вооруженных сил КНР в этом исследовании, мы осознаем, что имеем дело с процессом формирования политического имиджа. На данный момент в российской науке нет единого мнения относительно имиджа. Ряд ученых определяет его как «целостный, качественно определенный образ органов государственной власти, который устойчив и воспроизводится в массовом сознании» (Ачкасова, Корнеева, 2017, с. 97). Однако совершенно иного подхода придерживается Д. В. Ольшанский, который дает политическому имиджу следующее определение: «...специально моделируемое отражение уже созданного образа» (2003, с. 286). Той же позиции придерживается и О. И. Калинин, который считает, что политический имидж – «целенаправленно создаваемый в процессе речевой коммуникации абстрактный, частотный, эмоционально окрашенный образ субъекта политического процесса, обладающий высокой степенью информативности, возможностью развертывания в большой текст и обусловленностью политическим дискурсом, ретранслируемым медиопосредниками от непосредственного субъекта политического процесса к опосредованному субъекту восприятия речевого сообщения» (2017, с. 47).

Так, в основе имиджа лежит образ, понимаемый в широком смысле слова как «результат отражения объекта в сознании человека», что предполагает осмысление процесса формирования имиджа как результата воздействия на когнитивную сферу реципиента речевого сообщения.

С нашей точки зрения, политический имидж – это целенаправленно создаваемый и устойчивый образ субъекта политического процесса, который формируется в массовом сознании через медиа и коммуникацию, отражая ценности, достижения и намерения данного субъекта, и служит инструментом влияния на общественное мнение и поведение.

И институциональные, и неинституциональные медиа Китая акцентируют внимание на действиях, связанных с военной подготовкой и боевыми действиями, таких как «вести боевые действия» (作战) (72/122 словоупотребления), «тренироваться» (训练) (298/37), «развивать» (发展) (30/90). Оба типа медиа используют положительные характеристики для описания НОАК, такие как «героический» (英雄) (17/77), «передовой» (先进) (14/20), «новый» (新型) (10/17). В обоих дискурсах часто упоминаются «войска» (部队) (136/283), «задачи» (任务) (111/74), «оборудование» (装备) (71/74), что указывает на акцент на организационные и материальные аспекты армии. Однако институциональные СМИ делают больший акцент на управленческих и стратегических аспектах, таких как «руководить» (领导) (126/74), «координировать» (协同) (39/0), «исследовать» (研究) (38/6), что может указывать на акцент на профессионализме и внутренней организации. Неинституциональные СМИ чаще упоминают такие понятия, как «народ» (人民) (0/361), «государство» (国家) (0/150), «война» (战争) (0/142), что может указывать на более широкий контекст, связанный с национальной безопасностью и патриотизмом. Неофициальные СМИ также акцентируют внимание на исторических и культурных аспектах, таких как «революция» (革命) (0/56), «Красная армия» (红军) (0/86), что может отражать более эмоциональный и идеологический подход к описанию НОАК. Исходя из количественного анализа, можно сделать вывод, что институциональные СМИ, как правило, фокусируются на профессиональных и организационных аспектах НОАК, подчеркивая ее эффективность и стратегическое развитие. В то время как неинституциональные СМИ склонны подчеркивать патриотические и исторические аспекты, связывая армию с национальной идентичностью и историческими достижениями.

Собранные новостные сообщения в результате анализа основного содержания и заголовков были разделены на нижеследующие тематические блоки, отражающие основные содержательные доминанты репрезентации НОАК в институциональных в неинституциональных СМИ Китая (Таблица 2).

Таблица 2. Распределение новостных сообщений по тематическим блокам в китайских СМИ

Тематический блок Тип медиа	развитие НОАК	вооружение и военная техника	роль и место НОАК в государстве	участие в спаса- тельно- поисковых операциях	внешняя политика и армия	армия и народ	торже- ственные военные парады
КИМ*	48	34	18	14	14	14	8
КНМ**	19	48	13	11	35	18	6

*КИМ – корпус институциональных медиа;

**КНМ – корпус неинституциональных медиа.

Исходя из данных, представленных в Таблице 2, можно сделать вывод, что институциональные СМИ большое внимание уделяют развитию НОАК, ее вооружению и военной технике, а также роли и месту НОАК в государстве. Тогда как неинституциональные СМИ предпочитают описывать вооружение и военную технику НОАК, ее роль во внешней политике, а также связь с народом. Рассмотрим более детально некоторые примеры, описывающие тематические группы, представленные в таблице.

(1) 我们要加速科技向战斗力转化, 在备战打仗中注入科技引擎 (人民日报/ Renmin Ribao. <http://military.people.com.cn/n1/2024/0307/c1011-40190755.html>). / Мы должны ускорить превращение технологий в боевую мощь, внедряя научные достижения в подготовку к боевым действиям (здесь и далее примеры приводятся в переводе авторов. – Л. Р., К. М.).

(2) 70年, 我军经历多少次裁军. 新中国成立后, 根据军事斗争形势和军队建设的需要, 我军从1950年至今, 先后在全军范围进行了十一次规模较大的裁军 (知乎/Zhihu. <https://zhuanlan.zhihu.com/p/89285735>). / За 70 лет армия прошла через множество сокращений. После основания нового Китая, в зависимости от военных конфликтов и нужд в строительстве армии, с 1950 года до настоящего времени НОАК одиннадцать раз проводила масштабные сокращения.

Исходя из данных примеров, мы можем увидеть, что институциональные СМИ делают акцент на передовых тренировочных программах и внедрении технологий в боевую подготовку (например, «ускорить превращение технологий в боевую мощь»), тогда как неинституциональные СМИ больше фокусируются на историческом пути и военных реформах (например, «масштабные сокращения с 1950 года»).

(3) 海军山东舰航母编队圆满完成远海战备训练 (人民日报/ Renmin Ribao. <http://military.people.com.cn/n1/2023/0509/c1011-32681895.html>). / Авианосная группа «Шаньдун» успешно завершила учения по боевой готовности в дальних морских районах.

(4) 随着中国国防科技工业的持续发展, 解放军的武器装备也在不断更新换代 (知乎/Zhihu. <https://www.zhihu.com/question/6548976362/answer/58513375102>). / С развитием китайской оборонной промышленности вооружение НОАК постоянно обновляется.

В текстах официальных СМИ, содержащих упоминания о вооружении и военной технике, образ НОАК формируется через акцентирование внимания на высокой боевой готовности и профессионализме китайских военнослужащих (например, «успешно завершила учения»). Неинституциональные СМИ, в свою очередь, формируют образ НОАК через призму ее технологического развития, модернизации систем вооружений и стратегии увеличения боевой эффективности (например, «вооружение НОАК постоянно обновляется»).

(5) 铁心向党, 战旗飘扬 多年来, 雷达站官兵赓续红色血脉, 自觉传承‘人在阵地在, 人在天线转, 人在情报通’的战斗精神 (人民日报/ Renmin Ribao. <http://www.mod.gov.cn/gfbw/wzll/16221622.html>). / Твердо преданы партии

и готовы к бою. На протяжении многих лет офицеры и солдаты радиолокационной станции поддерживают революционные традиции и наследуют боевой дух «солдат на посту, антенна работает, связь стабильна».

(6) 深圳特区建设打先锋 1979年起, 建安部队先后2万指战员投入深圳特区开发建设 (微信/WeChat. <https://mp.weixin.qq.com/s/B8tDh1dWL8KVtaXRYwdZhw>). / НОАК выступила пионером в строительстве специальной экономической зоны Шэньчжэнь. С 1979 года в строительство зоны было вовлечено 20 тысяч военнослужащих.

В текстах официальных СМИ НОАК представляется как опора государственной безопасности и стабильности, а образ армии формируется через акцент на обеспечении национальной безопасности (НОАК рассматривается как главная сила, отвечающая за защиту государства от внешних угроз), тогда как неинституциональные СМИ также упоминают ее роль в социально-экономическом развитии. В предложении используется метафора 打先锋 (выступила пионером), которая описывает НОАК как ведущую силу или передовой отряд в строительстве специальной экономической зоны Шэньчжэнь. Эта метафора создает образ НОАК как новатора и лидера, подчеркивая ее активную и решающую роль в развитии региона. Она также может вызывать ассоциации с храбростью и инициативностью, что способствует формированию положительного и героического образа армии в общественном восприятии, поскольку «в критическом дискурс-анализе метафора часто рассматривается как одно из средств, которые используют власть для осуществления своей политической и идеологической программы» (Калинин, 2021, с. 110).

(7) 解放军多次组织大规模的联合军演, 有力震慑了外部势力, 展示了中国维护国家利益的决心 (微信/WeChat. <https://mp.weixin.qq.com/s/L1s8pUMpzPIIjmuq70dNWw>). / НОАК многократно организовывала масштабные совместные военные учения, что существенно напугало внешние силы и продемонстрировало решимость Китая защищать свои национальные интересы.

В данном примере используются различные лингвистические средства, которые придают тексту высокую экспрессивность. Эмоционально окрашенная лексика («существенно напугало», «решимость») усиливает эмоциональную насыщенность и подчеркивает значимость описываемых действий. Глаголы действия, такие как «организовывала», «напугало» и «продемонстрировало», акцентируют внимание на активности и целенаправленности действий, что добавляет тексту динамичности. Усиление через слова «многократно» и «масштабные» создает впечатление регулярности и значимости этих действий. Наконец, патетичность выражения «решимость Китая защищать свои национальные интересы» добавляет тексту торжественности и подчеркивает важность описываемых событий для страны.

(8) 人民子弟兵来自人民: 毛主席强调, 人民子弟兵是人民的子弟, 他们来自人民群众, 与人民群众有着深厚的联系 (知乎/Zhihu. <https://www.zhihu.com/question/663074416/answer/3580378599>). / Солдаты происходят из народа: Председатель Мао подчеркивал, что солдаты – это дети народа, они происходят из народных масс и имеют глубокие связи с ними.

В данном предложении доминируют языковые средства выразительности, которые придают тексту высокую экспрессивность. Повторение слова «народ» и его производных (人民, 子弟兵, 群众) создает акцент на связи между солдатами и народом, подчеркивая их неразрывную связь и единство. Использование метафоры 子弟兵是人民的子弟 (солдаты – это дети народа) придает тексту образность и эмоциональную глубину. Эта метафора создает впечатление семейной близости и заботы, подчеркивая, что солдаты и народ – это единое целое. Как отмечалось в одной из работ О. И. Калинина: «Одной из действенных и наиболее доступных для исследования собственно лингвистическими методами форм когнитивного речевого воздействия является метафора, в основе которой, как известно, лежит когнитивное переосмысление одной концептуальной области (сферы-цели) через концептуальные признаки другой области (сферы-источника)» (2022, с. 470). Более того, в этом предложении прослеживается предрасположенность канонам: автор ссылается на основателя Китайской Народной Республики – Мао Цзэдуна. «Одной из основополагающих особенностей современной политической речи в КНР является предрасположенность канонам. Например, когда политический деятель обращается к публике и в качестве аргумента использует исторический факт, цитаты древних мудрецов или затрагивает какие-либо древние традиции, то несомненно располагает к себе слушателей» (Пак, 2017, с. 91).

В приведенных примерах мы наблюдаем различия в подходах институциональных и неинституциональных СМИ к освещению деятельности НОАК. Институциональные СМИ, такие как «人民日报», акцентируют внимание на боевой готовности, профессионализме и значимости армии в обеспечении национальной безопасности. Они подчеркивают внедрение технологий и высокую подготовку, создавая образ НОАК как опоры государственной стабильности.

С другой стороны, неинституциональные СМИ, такие как «知乎» и «微信», фокусируются на историческом развитии, модернизации вооружений и социально-экономической роли армии. Они используют эмоционально насыщенные и метафорические выражения, чтобы подчеркнуть технологическое развитие и стратегическую значимость НОАК.

Таким образом, институциональные СМИ формируют образ НОАК через призму государственной безопасности и технологического прогресса, в то время как неинституциональные источники подчеркивают ее историческую эволюцию и социальную роль. Оба подхода дополняют друг друга, создавая многогранное восприятие НОАК в общественном сознании.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Анализ репрезентации НОАК в институциональных и неинституциональных СМИ Китая выявил как общие черты, так и существенные различия в подходах к освещению деятельности армии.

Количественный контент-анализ лексики показал, что оба типа медиа уделяют значительное внимание военной подготовке, боевым действиям и техническому оснащению армии. Однако институциональные СМИ делают больший акцент на управленческих и организационных аспектах, в то время как неинституциональные источники чаще обращаются к патриотической и исторической тематике.

Качественный контент-анализ, то есть тематическая кластеризация ключевых слов, подтвердил эти различия: официальные медиа концентрируются на развитии НОАК и ее роли в обеспечении государственной безопасности, тогда как неофициальные источники больше внимания уделяют вооружению, внешнеполитическому аспекту и связи армии с народом.

Критический дискурс-анализ показал, что институциональные СМИ используют более сдержанную, профессионально-ориентированную лексику, акцентируя внимание на эффективности и боеготовности армии. Неинституциональные медиа, напротив, прибегают к более эмоционально окрашенным языковым средствам, включая метафоры и исторические отсылки, создавая более многогранный и эмоциональный образ НОАК.

Таким образом, можно заключить, что в современном информационном пространстве Китая формируется комплексный образ НОАК, где официальный дискурс, подчеркивающий профессионализм и боеготовность армии, дополняется неофициальным освещением, акцентирующим внимание на исторической преемственности и социальной значимости вооруженных сил.

Перспективы дальнейшего исследования заключаются в расширении временных рамок исследования для отслеживания динамики изменений в репрезентации НОАК на протяжении последних десятилетий. Сравнительный анализ освещения деятельности НОАК в китайских и зарубежных СМИ позволит выявить различия в восприятии китайской армии внутри страны и за ее пределами. Кроме того, перспективы исследования видятся также в изучении репрезентации НОАК в социальных сетях и новых медиа, включая видеоплатформы и мессенджеры. Кроме того, планируется углубить анализ метафорического моделирования образа НОАК в различных типах дискурса, а также исследовать влияние важных политических событий на характер освещения деятельности армии в СМИ.

Источники | References

1. Ачкасова В. А., Корнеева К. В. Репутация и имидж власти. Медиастратегии формирования // Управленческое консультирование. 2017. № 1 (97).
2. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления: монография. М.: КДУ; Добросвет, 2020.
3. Дускаева Л. Р. Медиалингвистика в России: становление структуры и векторы развития // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2018. № 6.
4. Калинин О. И. Когнитивная метафора и дискурс: направления и методы современных исследований // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2021. Т. 20. № 5. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2021.5.9>
5. Калинин О. И. Креативные метафоры и речевое воздействие в дискурсе // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2022. № 2.
6. Калинин О. И. Лингвопрагматические характеристики имиджевого политического медиатекста (на материале китайских СМИ): дисс. ... к. филол. н. М., 2017.
7. Карасик В. И. Языковые мосты понимания. М.: Дискурс, 2019.
8. Кожемякин Е. А. Институциональные дискурсы: программа сравнительных исследований // Человек. Сообщество. Управление. 2007. № 2.
9. Колмогорова А. В. Легитимация как социополитический феномен и объект дискурс-анализа // Политическая лингвистика. 2018. № 1.
10. Ли М., Солопова О. А. Метафорическое моделирование образа Китая в современном политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2021. № 2 (86). https://doi.org/10.12345/1999-2629_2021_02_09
11. Молодыхенко Е. Н. Идентичность и дискурс: от социальной теории к практике лингвистического анализа // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8. № 3. <https://doi.org/10.18721/JHSS.8312>
12. Наумова К. А. Контент-анализ военно-политического и военно-публицистического форматов дискурса в сопоставительном аспекте // Политическая лингвистика. 2019. № 3 (75). <https://doi.org/10.26170/pl19-03-12>
13. Олышанский Д. В. Политический PR. М. – СПб. – Н. Новгород: Питер, 2003.
14. Пак Е. М. Особенности политического языка в КНР // Научный вестник Южного института менеджмента. 2017. № 1.
15. Цзян Чао. Исследования военного дискурса в Китае // Политическая лингвистика. 2021. № 1 (85). https://doi.org/10.12345/1999-2629_2021_01_13
16. Anthony L. A Critical Look at Software Tools in Corpus Linguistics // Linguistic Research. 2013. Vol. 30. No. 2.
17. Dijk T. A. van. Discourse and Migration // Qualitative Research in European Migration Studies / ed. by E. Yalaz and R. Zapata-Barrero. Berlin: Springer, 2017.
18. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. L. – N. Y.: Longman Group Limited, 1995.
19. 李永全, 王晓泉 主编. “丝绸之路经济带”与哈萨克斯坦“光明之路”新经济政策对接合作的问题与前景. 北京, 2016 (Ли Юнцюань, главный редактор Ван Сяоцюань. Проблемы и перспективы стыковки и сотрудничества между «Экономическим поясом Шелкового пути» и новой экономической политикой Казахстана «Светлый путь». Пекин, 2016).

Информация об авторах | Author information**RU****Радус Лариса Александровна¹****Мироненко Константин Николаевич²**^{1,2} Военный университет имени князя Александра Невского
Министерства обороны Российской Федерации, г. Москва**EN****Larisa Alexandrovna Radus¹****Konstantin Nikolaevich Mironenko²**^{1,2} Military University named after Prince Alexander Nevsky, the Ministry of Defense, Moscow¹ lara_rad@bk.ru, ² mirkotofei@mail.ru**Информация о статье | About this article**

Дата поступления рукописи (received): 29.10.2024; опубликовано online (published online): 11.02.2025.

Ключевые слова (keywords): политический имидж; китайский военный медиадискурс; образ вооруженных сил; Народно-освободительная армия Китая; институциональные и неинституциональные СМИ КНР; political image; Chinese military media discourse; image of the armed forces; People's Liberation Army; institutional and non-institutional media in the PRC.