

УДК 070:81'38

**Лай Линчжи,**  
аспирант, журналист,  
Санкт-Петербургский государственный университет  
(199164, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7),  
e-mail: 1169478672@qq.com

### Языковые аспекты формирования имиджа России в китайских СМИ

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что 2016 и 2017 годы были объявлены лидерами двух государств «Годами обменов СМИ Китая и России». Новый уровень информационного обмена вызвал значительный интерес научного сообщества к изучению содержания российских новостей в информационном поле китайских СМИ. Цель статьи – проанализировать тематику, проблематику, стилистические особенности публикаций, формирующих имидж России в информационно-оценочном пространстве газеты «Jenmin Jibao» («Жэньминь Жибао»). Использовался метод контент-анализа публикаций в период с 1 января 2016 года по 1 января 2018 года. Проблемно-тематический и стилистический анализ публикаций о России в «Жэньминь Жибао» отражает весь спектр событий этой страны, но подавляющее большинство текстов касаются политики и экономики. Язык и стиль «Жэньминь Жибао», с одной стороны, отличаются строгостью, сдержанностью, простотой (заголовки-предложения позволяют сразу определить тематику, содержат ключевые слова, помогающие понять тональность текста), с другой – тексты страдают излишней пафосностью и официозностью, которые плохо воспринимаются массовым читателем. Чтобы сформировать всесторонне имидж России, коллективу «Жэньминь Жибао» необходимо работать над семантико-стилистической спецификой, которая определяется комплексом экстралингвистических факторов: политических, экономических, социальных, духовных. Автор утверждает, что репрезентация духовной жизни российского общества также важна для создания положительного имиджа страны, поэтому наряду с экспрессивной положительной оценкой деятельности первого лица государства должны быть представлены и русская культура, и язык, и традиции народа.

**Ключевые слова:** массмедиа Китая, Россия, имидж, языковые особенности, газета «Жэньминь Жибао», экспрессивные средства, восприятие

**Введение.** Имидж – это обобщённое представление, мнение, репутация или оценка, сложившиеся на основе полученной информации. Имидж страны воплощает её мощь, политическую, экономическую силу, богатство, уровень развития культуры<sup>1</sup>; является совокупным показателем авторитета государства в глазах зарубежной общественности, успешности его политики, значимости культуры с её ценностями, традициями и нормами. На процесс формирования имиджа, его динамику влияют политические, экономические и культурные факторы. Положительный имидж одной страны в восприятии другой зависит от добрососедских отношений, информированности о стране, межкультурных контактов, обменов. Двусторонние отношения между Китаем и Россией всегда занимали весомое место во внешней политике каждой из стран.

Имидж России складывался в Китае на протяжении полутора веков. Межгосударственные отношения, усилия официальной

<sup>1</sup> Имидж страны с точки зрения коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.xreferat.ru/22/8960-1-imidzh-strany-s-tochki-zreniya-kommunikacii.html> (дата обращения: 26.10.2017).

пропаганды и перемены, происходившие в обеих странах, всегда были влияющими на внешнеполитический имидж факторами<sup>2</sup>.

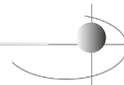
Особенно в последние годы русско-китайское отношение характеризуется как всеобъемлющее партнёрство и стратегическое взаимодействие.

**Постановка проблемы.** Высокая интенсивность освещения российских событий в китайских СМИ является важным показателем значимости двухсторонних отношений. В эпоху информационного общества имидж одной страны в восприятии аудитории других стран в определённой степени зависит от медийных сообщений о ней в странах-адресатах<sup>3</sup>.

**Методология и методы исследования.** Теоретико-методологическое значение для данного исследования имели работы Д. П. Гавры, С. М. Виноградовой, Г. С. Мель-

<sup>2</sup> Круглый стол «Имидж России и пути его продвижения за рубежом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.stratagama.org/library/russia-image/item\\_321.html](http://www.stratagama.org/library/russia-image/item_321.html) (дата обращения: 26.10.2017).

<sup>3</sup> Круглый стол «Имидж России и пути его продвижения за рубежом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.stratagama.org/library/russia-image/item\\_321.html](http://www.stratagama.org/library/russia-image/item_321.html) (дата обращения: 29.10.2017).



ник, И. В. Ерофеевой [1; 4–6], в которых обозначены психолингвистические подходы к определению понятия «имидж», а также научные статьи авторов, в которых медиаобраз страны рассматривается с точки зрения медиалингвистики и медиакритики, например, С. Б. Дегтярева, Ду Цюаньбо, Д. С. Сергеевой, М. Н. Черкасовой [2; 3; 7; 8]. Автор также обратилась к многочисленным научным трудам на иностранных языках, посвящённым языковым аспектам формирования имиджа, работы таких авторов, как: Ван Вэнь, Вэнь Кэсюэ, W. S. Kintsch, Лю Сяоянь, Лю Шанчао, Ни Цзяньпин, Ха Цзяин, Ху Фаньчжу [9–15].

Цель статьи – проанализировать тематику, проблематику, стилистические особенности публикаций, формирующих имидж России в газете “Renmin Ribao” («Жэньминь Жибао»).

В данной статье были изучены новостные материалы о России, опубликованные в главной газете Китая «Жэньминь Жибао». Рассматривались хронологические рамки с 1 января 2016 года по 1 января 2018 года. Выбор периода был обусловлен объявленными лидерами двух стран «Годами обменов СМИ Китая и России» и повышением в связи с этим внимания китайской аудитории к России.

В течение двух лет в газете «Жэньминь Жибао» опубликованы 823 статьи, связанные с Россией. В исследование нами было включено 72 статьи. Методом случайной выборки отобрано по три материала, опубликованных в каждом из периодов, что позволило выявить тенденции в освещении средствами массовой информации Китая событий из различных сфер российской жизни.

В качестве единицы измерения взята отдельная публикация. На основе изучения тематики, стилистики и эмоциональной окраски текста определялся его характер – положительный, нейтральный или отрицательный (критический). Исходя из совокупности текстов выявлялась общая тенденция в оценке событий в России, и определялись составляющие формирующегося имиджа данной страны в китайских СМИ.

**Результаты исследования и их обсуждение.** В целом анализ материалов показал: «Жэньминь Жибао» максимально полно освещает жизнь России и её народа. Все значимые события исследуемого периода, происходившие в России или связанные с ней, попали в поле зрения издания: украинский кризис, объединение Крыма с Россией, допинговый скандал в военной операции в Сирии, 100-летняя годовщина Октябрьской

революции, запрет выступления российских артистов на «Евровидении», теракт в петербургском метрополитене, экономические санкции Запада и США в отношении России, баллотирование Владимира Путина в качестве Президента на новый срок и так далее. Тематика затрагивает политическую, экономическую, культурную жизнь этой страны и деятельность руководства, положение страны на международной арене, внутреннюю политику, высказывания официальных лиц, позицию российских лидеров, взаимоотношения страны с Китаем и так далее.

Анализ тональности публикаций показал, что материалы о России в основном подаются в положительном и нейтральном тоне. Среди 72 изученных материалов 35 характеризуются явными положительными оценками и одобрительной эмоциональной окраской.

Например, в статье «Россия выводит свои войска из Сирии» утверждается: «*В Сирии Путин продемонстрировал идеальное тактическое поведение, в очередной раз подтвердив передовой уровень способностей стратегической деятельности и эффективности России на Ближнем Востоке. Для нынешнего вывода войск Путин, безусловно, подготовился, а когда предоставилась подходящая возможность, он мастерски справился с ней*<sup>1</sup>» (ЖЖ, 2017. 12 дек.).

Подчёркнутые прилагательные «идеально», «передовой», выражающие превосходную степень, и наречия, характеризующие качество деятельности Путина, выражают искреннее одобрительное отношение к его внешнеполитической деятельности. Роль Президента представляется очень значительной и оценивается весьма положительно.

В эту группу также включаются те материалы, в которых нет явных эмоционально окрашенных слов, но в целом контекст вызывает положительные переживания. Например, в статье «Президент России: Россия открыта к сотрудничеству со всеми странами» написано: «*“Россия открыта к сотрудничеству со всеми странами”, – заявил Президент РФ Владимир Путин на встрече с руководителями палат Федерального Собрания. Спикер Совета Федерации Валентина Матвиенко на встрече сказала, что за этот год значительно вырос политический вес и авторитет России на международной*

<sup>1</sup> Сунь Синцзе. Россия выводит свои войска из Сирии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russian.people.com.cn/n3/2017/1212/c95181-9303417.html> (дата обращения: 26.10.2017).

арене. Попытки изолировать закончились полным провалом»<sup>1</sup> (ЖЖ, 2017. 12 дек.).

В контексте нынешнего сложного положения России на международной арене изложение официального высказывания главы РФ в газете «Жэньминь Жибао», поставленное в качестве заголовка, само по себе свидетельствует об официальной позиции Китая, поддерживающей Россию на мировой арене.

А остальные 37 текстов определяют автором как нейтральные. В таких текстах нет экспрессивно-оценочной коннотации, используется нейтральная лексика. Материалы, которые отражают трагические или стихийные события, также включены в эту группу.

Исследование показало, что имидж России в газете «Жэньминь Жибао» формируется по следующим направлениям:

*Во-первых*, показано могущественное государство во главе с сильным лидером Владимиром Путиным. Россия обладает достаточной военной мощью и политической волей, которая позволяет противостоять агрессивной политике США и западоцентризму.

Имидж политического лидера, который является главой государства, оказывает значительное влияние на формирование имиджа страны. Для многих китайцев дружественная Россия – это, в первую очередь, Россия Владимира Путина. Положительное восприятие Путина как сильного лидера, который выражает волю народа и олицетворяет гармонию народа России и государства, помогает воспринимать Россию как надёжного партнёра Китая.

«Путин долгое время руководит Россией, имеет прочную базу управления, обладает широкой народной поддержкой, нет никаких сомнений в его победе»<sup>2</sup>, – написано в статье под заголовком «Нет сомнений в победе Путина на предстоящих президентских выборах» (ЖЖ, 2017. 8 дек.). «Жэньминь Жибао» выражает высокую похвалу только Путину как государственному лидеру страны. Мнение жителей России представлено слабо.

В статье о санкциях США против России под заголовком «Новые санкции против России принимаются на голом месте» содержатся слова Путина – «Россия всегда жила под санкциями, их вводили, когда чувствовали

конкуренцию»<sup>3</sup> (ЖЖ, 16.06.2017). Такие слова с ироническим оттенком выражают волю России противостоять намерению гегемонии США. Обращение Путина к американскому журналисту: «...Они (американцы) поставили нас в один ряд с Северной Кореей и Ираном и просят нас помочь в решении проблем с КНДР и иранской ядерной программой. Вы вообще нормальные люди?» – стало хитом в китайском интернете.

*Во-вторых*, газета представляет Россию как одного из главных мировых акторов, способных развёртывать антитеррористическую деятельность, обеспечить мир и стабильность в мировом масштабе.

Заявление В. Путина «Террористам абсолютно чужды понятия человеческой морали. Наш общий долг – дать решительный отпор террористической агрессии» цитируется в статье «Россия является надёжным партнёром Турции в борьбе с терроризмом»<sup>4</sup>. Таких примеров много.

*В-третьих*, Россия показана как страна с замедленным темпом экономического развития и неразвитой инфраструктурой, но одновременно обладающая достаточной силой стабилизации и огромным энергетическим потенциалом дальнейшего развития.

Приведём отрывок из статьи «По любви, не по расчёту: бизнес на китайском чае в России»:

«...Однако покупка хорошего китайского чая в России – всё ещё удовольствие дорогое, и далеко не все могут его себе позволить. Учитывая непростую экономическую ситуацию в стране, в затруднительном положении оказались как продавцы китайского чая, так и его покупатели...»<sup>5</sup>.

Вместе с тем, газета не забывает рассказать о тренде – повышении темпа российской экономики и её потенциальных возможностях, поднимающих экономику на более высокий уровень. Например, в статье «Россия преодолела кризис и вошла в стадию устойчивого развития»<sup>1</sup> выражена полная уверенность

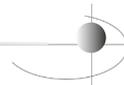
<sup>1</sup> Президент России: Россия открыта к сотрудничеству со всеми странами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russian.people.com.cn/n3/2017/1227/c31519-9308809.html> (дата обращения: 22.10.2017).

<sup>2</sup> Нет сомнений в победе Путина на предстоящих президентских выборах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russian.people.com.cn/n3/2017/1208/c95181-9302291.html> (дата обращения: 22.10.2017).

<sup>3</sup> В. Путин: Новые санкции против России принимаются на голом месте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russian.people.com.cn/n3/2017/0616/c31519-9229167.html> (дата обращения: 26.10.2017).

<sup>4</sup> В. Путин: Россия является надёжным партнёром Турции в борьбе с терроризмом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russian.people.com.cn/n3/2017/0103/c31519-9161906.html> (дата обращения: 28.10.2017).

<sup>5</sup> Анастасия Сухорецкая. По любви, не по расчёту: бизнес на китайском чае в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russian.people.com.cn/n3/2017/1212/c95181-9303583.html> (дата обращения: 28.10.2017).



ность в дальнейшем развитии российской экономики.

Особенно следует подчеркнуть, что среди изученных материалов нет ни одной негативной публикации о России. Это объясняется следующим:

*Во-первых*, издание «Жэньминь Жибао» подчинено правительству и редко публикует резко критические материалы по конкретному вопросу. Традиция общественной критики государственных дел других стран в Китае практически отсутствует, вернее, только начинает складываться. Соответственно, авторские комментарии по политическим вопросам достаточно редки и, если и присутствуют, то неотделимы от официальной позиции правительства. Отношения между Россией и Китаем устойчиво развиваются, интересы совпадают, а позиции по многим вопросам сходятся. При этом как рупор позиции китайского правительства «Жэньминь Жибао», конечно же, стремится создать положительный образ своего партнёра в сознании народа страны<sup>2</sup>. Китайские политики и эксперты в большинстве своём рассматривают Россию как основного партнёра в мире<sup>3</sup>.

*Во-вторых*, исторические, политические, экономические, социологические, духовные аспекты в значительной степени определяют формирование имиджа страны. Сходство исторического процесса и культур двух стран, которое сложилось ещё в начале XX века, способствует положительному восприятию России в Китае.

Анализ текстов также показал: язык и стиль «Жэньминь Жибао», с одной стороны, отличается строгостью, сдержанностью, простотой (заголовки-предложения позволяют

сразу определить тематику, содержат ключевые слова, помогающие понять тональность текста), с другой – тексты страдают излишней пафосностью, официозностью и клишированностью, что плохо воспринимается массовым читателем.

**Заключение.** Итак, исследование показало, что необходимость серьёзного стратегического союза между двумя странами на нынешнем этапе, а также добрая память о советско-китайской дружбе обусловили в целом положительный имидж России, формируемый в данной газете. Публикации «Жэньминь Жибао» о России раскрывают все сферы деятельности этой страны, и интерес к ней пробуждается в ходе различных мероприятий, направленных на укрепление российско-китайских культурных связей, но большинство текстов относятся к политике и экономике. Это обуславливается в определённой степени общественно-политическим характером данного издания. Но вместе с тем, не следует отрицать тот факт, что газета должна ещё больше освещать и другие области российской жизни. Чтобы сформировать представление об имидже России, коллективу «Жэньминь Жибао» надо работать над его семантико-стилистической спецификой, которая определяется комплексом экстралингвистических факторов: политических, экономических, социальных, духовных. Репрезентация духовной жизни российского общества также важна для создания положительного имиджа страны, поэтому наряду с экспрессивной положительной оценкой деятельности первого лица государства должна быть представлена и русская культура, и язык, и традиции народа.

#### Список литературы

1. Гавра Д. П. Внешний имидж государства: понимание категории и структурные модели // Имидж государства/региона: современные подходы / под ред. Д. П. Гавры. СПб.: Роза Мира, 2009. С. 3–17.
2. Дегтярев С. Б. Лингвистические средства создания образа современного российского политика в западных СМИ // Труды С.-Петербург. гос. ун-та культуры и искусств. 2013. № 1. С. 62–67.
3. Ду Цюаньбо. Жанрово-стилистическое своеобразие имиджа Китая в российских интернет СМИ // Филологические науки: вопросы теории и практики. 2016. № 4. С. 12–14.
4. Ерофеева И. В. Психология медиатекста. 2-е изд., испр. и доп. Чита: ЗабГУ, 2015. 297 с.
5. Мельник Г. С., Виноградова С. М. Внешнеполитический имидж России в медийном пространстве посткризисного периода // Управленческое консультирование. Актуальные проблемы государственного и муниципального управления. 2009. № 3. С. 75–84.
6. Мельник Г. С., Виноградова С. М. Внешнеполитический имидж России в медийном пространстве: проблемы трансформации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 10. Язык и литература. 2009. Вып. 3. С. 386–494.

<sup>1</sup> У Янь. Экономика России вступила в новую стадию медленного роста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.paper.people.com.cn/rmrb/html/201708/09/nw.D110000renmrb\\_20170809\\_1-22.htm](http://www.paper.people.com.cn/rmrb/html/201708/09/nw.D110000renmrb_20170809_1-22.htm) (дата обращения: 26.10.2017).

<sup>2</sup> Парамонов В., Строков А., Столповский О. Отношения между Россией и Китаем: история, современность и будущее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.easttime.ru/analytic/3/8/523.html> (дата обращения: 02.11.2011).

<sup>3</sup> Пахомова Е. Год Китая в России улучшил имидж КНР в глазах россиян [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.perpetuummobile.ru/God\\_Kitaya\\_v\\_Rossii\\_uluchshil\\_imidzh\\_KNR\\_v\\_glazah\\_rossiyan.html](http://www.perpetuummobile.ru/God_Kitaya_v_Rossii_uluchshil_imidzh_KNR_v_glazah_rossiyan.html) (дата обращения: 02.11.2017).

7. Сергеева Д. С. Лингвистические приёмы формирования имиджа в медийном пространстве на материале заголовков газетных статей // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. Языкознание. 2016. Т. 15, № 3. С. 179–187.
8. Черкасова М. Н. Медиасобытие и медиаобраз с точки зрения медиалингвистики и медиакритики (на примере языка вражды) // Научные ведомости Белгород. гос. ун-та. Гуманитарные науки. Филология. Журналистика. Педагогика. Психология. 2010. Вып. 7, № 18. С. 250–257.
9. Ван Вэнь. Анализ освещения событий в Китае в американских СМИ с точки зрения критической лингвистики // Международные журналистские круги. 2009. № 9. С. 84–85. (Кит. яз.).
10. Kintsch W. S., Yarborough J. The role of rhetorical structure in text comprehension // Journal of Educational Psychology. 1982. Vol. 74, № 6. P. 828–834.
11. Лю Сяоянь. Размышление о создании государственного имиджа через СМИ // Международные журналистские круги. 2002. № 2. С. 61–66. (Кит. яз.).
12. Лю Шанчао. Как поднимать государственный имидж через коммуникации медийной речи? // Вестник Северо-Западного национального университета. 2015. № 6. С. 25–29. (Кит. яз.).
13. Ни Цзяньпин. Международная коммуникация и рамки анализа государственного имиджа // Доклад китайских СМИ. 2004. № 5. С. 54–56. (Кит. яз.).
14. Ха Цзяин. Речевая международная коммуникация и формирование государственного имиджа на основе анализа познания субъектов // Социальная наука в провинции Шаньдун. 2013. № 5. С. 118–122. (Кит. яз.).
15. Ху Фаньчжу. Теории, методы, кейс стилистики по созданию государственного и корпоративного имиджа. Шанхай: Изд. Сюэ Линь, 2017. 184 с. (Кит. яз.).

**Статья поступила в редакцию 10.01.2018; принята к публикации 30.01.2018**

#### **Библиографическое описание статьи**

*Лай Линчжи.* Языковые аспекты формирования имиджа России в китайских СМИ // Гуманитарный вектор. 2018. Т. 13, № 1. С. 130–135.

**Lai Lingzhi,**

*Postgraduate Student, Journalist,  
St. Petersburg State University*

*(7 Universitetskaya emb., St. Petersburg, 199164, Russia),  
e-mail: 1169478672@qq.com*

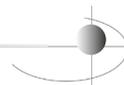
### **Language Aspects of the Russia's Image in the Chinese Media**

The relevance of this article is determined by the joint statement of leaders of two states according to which 2016 and 2017 were "China-Russia Media Exchange Years". A new level of information exchange has caused considerable interest of the academic community to the study of the content of the Russian news in the Chinese media. The purpose of the article is to analyze the themes, problems, stylistic features of publications that form the image of Russia in the information-evaluation space of the newspaper Renmin Ribao (the People's Daily). We used the method of content analysis of publications in the period from 1 January, 2016 to 1 January 2018. Problem-thematic and stylistic analysis of publications about Russia in the People's Daily reflects the entire spectrum of events in this country, but the overwhelming majority of texts concern politics and economy. Along with the expressive positive evaluation of the activities of the state's leader, culture, language, and traditions of the Russian people are still poorly represented. The language and style of the People's Daily, on the one hand, is distinguished by rigor, restraint, simplicity (the headlines-sentences allow us to determine the subject immediately, they contain keywords that help to understand the main point of the text); on the other hand, the texts are featured by patheticity and arrogance. To form a comprehensive image of Russia, the staff of Renmin Ribao must work on its semantic-stylistic specifics, which is determined by a complex of extralinguistic factors: political, economic, social, spiritual. The author claims that the representation of the spiritual life of the Russian society is also important for creating a positive image of the country. Therefore, along with an expressive positive evaluation of the activities of the first leader of the state, Russian culture, language and traditions of the people should be presented equally.

**Keywords:** mass media of China, Russia, image, language features, newspaper Renmin Ribao, expressive means, perception

#### **References**

1. Gavra, D. P. External image of the state: understanding of the category and structural models. The image of the state / region: modern approaches. Under. Havry. D. P. ed. St. Petersburg: Rose of the World, 2009. pp. 3–17. (In Rus.)



2. Degtyarev, S. B. Linguistic means of creating the image of modern Russian politics in the Western media. *Trudy S.-Peterb. gos. un-ta kul'tury i iskusstv*, no. 1, pp. 62–67, 2013. (In Rus.)
3. Du Quanbo. Genre-stylistic peculiarity of the image of China in the Russian Internet media. *Philological Sciences: Questions of theory and practice*, no. 4, pp.12–14, 2016. (In Rus.)
4. Erofeeva, I. V. *Psychology of the media text*. 2nd ed. Chita, ZabGU, 2015. (In Rus.)
5. Melnik, G. S, Vinogradova, S. M. Russia's foreign policy image in the media space of the post-crisis period. *Administrative consulting. Actual problems of state and municipal management*, no. 3, pp. 75–84, 2009. (In Rus.)
6. Melnik, G. S, Vinogradova, S. M. Russia's foreign policy image in media space: the problems of transformation. *Vestnik of St.Petersburg. University. Series 10. Language and Literature*, Issue 3, pp. 386–494, 2009. (In Rus.)
7. Sergeeva, D. S. Linguistic methods of image formation in media space on the basis of headlines of newspaper articles. *Vestn. of Volgograd. State University. Ser. 2, Linguistic*, vol. 15, no. 3, 2016. (In Rus.)
8. Cherkasova, M. N. Media evidence and media from the point of view of media linguistics and media criticism (on the example of hate speech). *Scientific bulletins of Belgorod State University. Humanitarian sciences. Philology. Journalism. Pedagogy. Psychology*, no. 18 (89), Issue 7, pp. 250–257, 2010. (In Rus.)
9. Wang Wen. Analysis of coverage of China in the American media in terms of critical linguistics. *International Journalistic Circle*, no. 9, pp. 84–85, 2009. (In Chin.)
10. Kintsch, W. S. The role of rhetorical structure in text comprehension / W. S. Kintsch, J. Yarborough. *Journal of Educational Psychology*, vol. 74, no. 6, pp. 828–834, 1982. (In Engl.)
11. Liu Xiaoyan. Reflection on the creation of the state image through the media. *International journalistic circles*, no. 2, pp.61–66, 2002. (In Chin.)
12. Liu Shanchao. How to remake the state image through communication of media speech? *Bulletin of the North-Western National University*, no. 6, pp.25–29, 2015. (In Chin.)
13. Ni Jianping. International communication and the framework for analyzing the state image. *The report of the Chinese media*, no. 5, pp. 54–56, 2004. (In Chin.)
14. Ha Jiaying. Speech international communication and the formation of the state image on the basis of the analysis of the cognition of subjects. *Social Science in Shandong Province*, no. 5. pp. 118–122, 2013. (In Chin.)
15. Hu Fanzhu. *Theories, methods, case studies of stylistics to create a state and corporate image*. Ed. Xue Lin. Shanghai. 2017. (In Chin.)

**Received: January 10, 2018; accepted for publication January 30, 2015**

#### **Reference to the article**

*Lai Lingzhi*. Language Aspects of the Russia's Image in the Chinese Media // *Humanitarian Vector*. 2018. Vol. 13, No.1. PP. 130–135.