

## Секция «Востоковедение, африканистика»

### Проблемы имиджа Китая на Западе в начале XXI в.

*Горяина Юлия Павловна*

*Аспирант*

*Институт Дальнего Востока РАН, Аспирантура, Москва, Россия*

*E-mail: julia\_g@mail.ru*

Китай – многолик, в нем процесс модернизации сочетается с сохранением многих традиционных норм и ценностей. Уникальность этноса, проживающего в стране, его разнообразие, многовековые культурные традиции, китайская культура, китайский язык – основа для построения привлекательного образа Поднебесной. В мировом сообществе крепнет понимание: КНР заслуживает, чтобы ей выказывали должное почтение. Однако в глазах подавляющего большинства иностранцев Китай еще представляет собой некую сомнительную смесь устаревших идей, фантастических надежд, неискоренимых предрассудков и страхов[3].

В 2000-х годах Китай оставался одной из самых малоизученных стран, общие знания о нем по-прежнему очень скудны. Проблема заключается скорее в недостаточной информированности мировой общественности, и, особенно, представителей различных элит в мире о том, что происходит в КНР. Отсюда – множество мифов в отношении этой страны. К «болевым точкам», влияющим на восприятие Китая в странах Запада, относятся: права человека, деятельность общественных организаций, спонсируемых извне, экологические проблемы и др. Проблема борьбы за независимость Тибета и Тайваня также является наиболее взрывоопасной, и остается постоянным раздражителем в отношениях Китая и Запада. КНР вынуждена постоянно ссылаться на военную силу в целях предотвращения провозглашения независимости проблемных территорий, что сказывается на международном имидже государства.

По данным официальных правительственных изданий: The Peking Review (позднее переименованный в Beijing Review) и Government Work Reports (чжэнфу гунцзо баогао), в последние 40 с небольшим лет существовали следующие условные виды международного образа КНР: «миролюбивая страна», «жертва иностранной агрессии», «социалистическая страна», «бастион революции», «страна-сторонник антигегемонии», «развивающаяся страна», «крупная держава», «страна, открытая для международного сотрудничества», «автономно существующая страна»[4]. В настоящее время акцент делается на понятия: «страна, открытая для международного сотрудничества», «ответственное государство» и «крупная держава».

После 8-го августа 2008 г. у официального Пекина появилась новая точка отсчета – Олимпиада. Сам факт ее проведения символизирует международное признание успехов Китая. Китай хотел представить миру идею нового Китая, передать образ, разрушающий стереотипы. Как сообщает Китайский информационный Интернет-центр, Олимпийские игры-2008 изменили имидж государства, люди из разных стран не только углубили знания о КНР, но и обрели уверенность в его благополучном будущем[1].

Отчёт, опубликованный в январе 2009 г. руководителем Китайской Пропаганды, Лю Юньшаном, проливает свет на озабоченность страны об имидже: «В современном мире тот, кто имеет продвинутые коммуникационные навыки, сильную коммуникационную

способность, чья культура и ценности более широко распространены, может более эффективно влиять на мир»[2]. Планируется, что группа крупнейших китайских медиа-компаний, работающих под правительственной цензурой и руководствующихся мотивами пропаганды, потратит миллиарды долларов на своё зарубежное развитие (распространение) в рамках правительственных мероприятий по улучшению образа страны за рубежом. В намерениях: приобретение международных медиа активов для открытия новостных бюро за рубежом, 24-часовое транслирование на английском и других языках, создание более уважаемых международных новостных организаций, что поможет нивелировать антикитайские настроения.

Нужно отметить, что с древних времён создание благоприятного имиджа являлось важной составляющей искусства государственного управления в Поднебесной. Как когда-то правители империи культивировали образ Китая в качестве центра вселенной и доброго гегемона, правительство КНР пытается использовать эти же основы для формирования имиджа страны. В последнее время власти Китая часто обращаются к понятию «мягкой силы» (жуань шили) и к гуманистическим ценностям традиционной конфуцианской мысли, в которой издревле почитались «гармония» и приверженность «золотой середине». Главными источниками «мягкой силы» выступают дипломатия, направленная на создание атмосферы добрососедства с окружающими странами, и культура, в том числе, государственные программы проведения «годов Китая» и открытия Институтов Конфуция, которые создаются по всему миру Госканцелярией КНР по распространению китайского языка.

В Пекине понимают, что положительный имидж страны может способствовать достижению политических целей на международной арене. По мере продолжения экономической трансформации, усиления глобальных и региональных позиций КНР, совершенствования политических институтов в области прав человека, углубления взаимодействия Китая с мировым сообществом новосоздаваемый имидж КНР будет ослаблять негативное восприятие Китая Западом.

### **Литература**

1. Опрос «Китай в глазах мира» // <http://russian.people.com.cn/95181/6510528.html>
2. David Barboza. China looks to improve its image abroad // International Herald Tribune, January 15, 2009 // <http://www.ihf.com/articles/2009/01/14/business/cctv.php>
3. Joshua Cooper Ramo. Brand China. London: The Foreign Policy Centre, 2007, p. 13. // [http://www.joshuaramo.com/\\_files/pdf/Brand-China.pdf](http://www.joshuaramo.com/_files/pdf/Brand-China.pdf)
4. Hongying Wang. National image building and Chinese foreign policy // China: an International Journal, March 2003, p. 52.