

## Специфика “внутреннего” и “внешнего” образа Китая в начале XXI в.

© 2009

Ю. Горяина

Проанализированы различные аспекты “внутреннего” и “внешнего” образа КНР, особенности формирования и восприятия имиджа современного Китая. Ныне, когда Китай становится все более весомым и значимым субъектом международных отношений, “имиджевый фактор” приобретает для него все большее значение.

*Ключевые слова: имидж, “внешний” образ Китая, XVII съезд КПК, “гармоничное общество”, контрпропаганда в КНР, Институты Конфуция, Олимпиада-2008.*

На развитие и характер межгосударственных отношений помимо экономических, политических, дипломатических и культурных факторов, серьезное влияние оказывает наличие образа страны, присутствующего в общественной мысли и обыденном сознании других народов. Тем более — в условиях нарастания темпов глобализации.

Китай на протяжении последних десятилетий поражает мир темпами экономического развития. В 2007 г. по объему внешнеторгового оборота, ВВП и валютным запасам он занимал соответственно 3-е, 4-е и 1-е место в мире<sup>1</sup>. Значительные успехи в экономике, быстрый взлет международного авторитета непосредственно влияют на эволюцию геополитических позиций страны и, соответственно, на восприятие ее образа в мире. В мировом сообществе происходит пересмотр облика Китая, его внешнеполитического потенциала и принципов взаимоотношений с ним. Большинство государств демонстрируют заинтересованность в расширении сотрудничества с КНР, осознавая, что к середине XXI в. она может стать ведущей мировой державой. С другой стороны, изменение позиций Китая влияет на расстановку сил в мире, что чревато столкновением интересов и ростом напряженности в его взаимоотношениях с мировыми “игроками”. Все это вынуждает китайское руководство усиливать внимание к задачам формирования позитивного образа КНР как вне, так и внутри страны.

### **Интерпретация понятия “имидж государства”**

В научный оборот понятие “имидж” было введено в конце 1950-х гг. американским экономистом К. Боулдингом, обосновавшим его значимость для

успеха в бизнесе и политике. Имидж, с его точки зрения, — это определенный поведенческий стереотип, основанный не на действительных фактах, а на престиже, людских мнениях и иллюзиях, на мифологическом представлении о прошлом, на воображаемом представлении о будущем. Боулдинг отмечал, что имидж способен влиять как на поступки отдельных личностей или групп, так и на поведение целых наций<sup>2</sup>.

Согласно методологии, предложенной профессором Института Латинской Америки РАН Б.И. Ковалем, “естественный образ (сущность), с одной стороны, и имидж (восприятие объекта сторонними реципиентами) — с другой, представляют собой далеко не тождественные понятия, хотя они именуются одним и тем же термином”<sup>3</sup>. В рамках данной статьи мы не разграничиваем понятия “образ” и “имидж”, применяя оба термина для обозначения как внутренне, так и внешнего восприятия страны.

В политической имиджологии образ страны — знаковая модель, опосредующая представления о национально-государственной общности и ее членах через доступные обыденному сознанию понятия и суждения<sup>4</sup>. Различают “внешний” и “внутренний” образы страны. Первый проистекает из представлений о стране, сложившихся за пределами национально-культурного поля (что “другие” думают о “нас”), определяет ее “репутацию”. Второй строится на самооценке, но дополняется проекцией внутреннего восприятия за пределы национально-государственной общности (что “мы” хотим и считаем нужным рассказать о себе “другим”) <sup>5</sup>.

Позитивная самоидентификация людей со своей страной во многом обусловлена наличием благоприятной для жизни институциональной и культурной среды. Она формирует позитивный “внутренний” образ. “Внешний” образ — это база, определяющая, какую репутацию приобретает государство в сознании мировой общественности в результате тех или иных его действий. Для правительства, ориентированного на участие в международных соглашениях и договорах, репутация есть решающий ресурс, и самый важный аспект репутации — уверенность других участников в том, что данное государство сдержит свои будущие обязательства даже в особых ситуациях, когда это не совсем выгодно для него<sup>6</sup>.

Имидж — категория управляемая, его можно коррелировать, конструировать и трансформировать по нашему желанию. Конструирование предполагает акцентирование позитивных и сглаживание негативных сторон. В этом заключается основное отличие формирования имиджа от пропаганды, которая подразумевает прямое воздействие на общественное мнение (так сказать, “лобовую атаку”).

Процесс формирования международного имиджа зависит от множества факторов — успешности внешней политики страны, особенностей внутреннего социально-культурного и экономического развития, от поведения лидеров и представителей общественности данного государства на мировой арене и т.д.

Правильно сформированный образ призван выполнять несколько значимых функций. Так, он может быть регулятором процессов, происходящих внутри самого государства, играть большую информационно-воспитательную роль для его граждан — в первую очередь для молодого поколения (например, в вопросе воспитания патриотизма). Направленное использование образа влечет за собой формирование выгодных общественных мнений, обеспечивающих достижение определенных политических целей. Ясный, понятный народу имидж соб-

ственной страны определяет ожидания общества от действий руководства, усугубляет или нивелирует негативные настроения.

### Противоречия в оценках имиджа Китая

По мнению Джошуа Рамо, автора книги “Бренд Китая”, именно с национальным имиджем Китая (*гоцзя синсян*) изначально связаны важнейшие стратегические вопросы (стабильный экономический рост, проблема Тайваня и др.) и решение тактических задач (повышение качества прямых иностранных инвестиций, сотрудничество с другими государствами в сфере технологий и образования, проникновение китайских компаний на мировой рынок и т.д.)<sup>7</sup>.

Позитивный имидж способен помочь КНР снизить издержки при разрешении международных конфликтов и внушить оптимизм деловым партнерам. Негативный имидж, напротив, затрудняет разрешение конфликтов и тормозит экономическое развитие. Признавая заслуги Дэн Сяопина, решившего, что Китай пойдет своим путем и потому нет нужды беспокоиться о том, что говорят или делают правительства других государств, Рамо отмечает, что эти воззрения повлияли и на нынешние проблемы, сопряженные с имиджем КНР. Пекин позволил “имиджевому суверенитету” ускользнуть из-под его контроля, и теперь дебаты на эту тему проходят вне Поднебесной. Глобализация стимулировала экономические успехи КНР, но она же во все большей степени лишает его возможности пренебрегать тем, что думают о нем за рубежом. Это характерно для стран, традиционно обращенных внутрь себя.

За последние 30 лет Китай претерпел значительный исторический поворот. Развитие рыночной экономики вызвало большие сдвиги в культурной и политической сферах, но имидж страны не поспевал за изменениями. Некоторые чиновники и интеллектуалы борются за формирование ясного представления о КНР. Другие, напротив, стараются помешать обсуждению этих вопросов. Государство, одержимое идеей территориального суверенитета, утратило, по мнению Дж. Рамо, суверенитет над собственным образом<sup>8</sup>.

Эти оценки американского исследователя, впрочем, не совпадают с суждениями о “бренде” сегодняшнего Китая в среде китайцев. По данным социологического опроса, проведенного Исследовательским центром им. Пью (Pew Research Center), китайский народ является одним из самых довольных жизнью. Так, более 86% респондентов ответили, что удовлетворены экономической ситуацией и общей направленностью развития государства, 65% считают, что правительство хорошо справляется со своими обязанностями. Три четверти граждан полагают, что остальной мир хорошо относится к их стране (лишь 10% выразили мнение, что иностранцам “не нравится” Китай). Более 80% респондентов убеждены, что при выработке внешнеполитического курса КНР учитывает интересы других государств (лишь 3% придерживается мнения, что экономический рост КНР сопровождается негативными последствиями для других стран)<sup>9</sup>.

Но за рубежом по отношению к Китаю и его международной политике доминируют недоверие и подозрительность, особенно сейчас, когда его геостратегическое и экономическое влияние растет. В глазах подавляющего большинства иностранцев Поднебесная представляет собой некую сомнительную смесь устаревших идей, фантастических надежд, неискоренимых предрассудков и страхов<sup>10</sup>. Естественно, что подобный дисбаланс мешает Китаю накапливать потенциал внешнего доверия.

Так, результаты опроса Global Attitudes Survey в 24 странах (обнародовано в июне 2008 г.) показали: средний рейтинг популярности КНР в 21 стране, по которым существуют соответствующие данные, равен 46%. Причем, в 15 странах число людей, полагающих, что Китай оказывает негативное влияние на ситуацию у них на родине, превышает тех, кто придерживается противоположной точки зрения<sup>11</sup>. По опросу Би-Би-Си, большинство опрошенных считает жителей Поднебесной современными и дружелюбными, но... угнетаемыми людьми. В частности, британцы и бразильцы считают Китай страной-союзником, но примерно половина американцев видят в нем, скорее угрозу, чем союзника<sup>12</sup>.

Аналитики как в США, так и в КНР склоняются к выводу, что причина этих разногласий — не столько обычный конфликт интересов (*ли'и маодунь*), сколько более глубокий и труднопреодолимый конфликт ценностей (*цзячжигуань маодунь*). “Болевые” точки, влияющие на восприятие Китая в странах Запада, — это Тибет, Тайвань, права человека, деятельность общественных организаций, спонсируемых извне, экология (в ней, впрочем, налицо сдвиги: борьба с загрязнением в бассейнах ряда рек дала первичные результаты, интенсивность промышленных отходов отчасти снизилась).

Двойственность восприятия Китая Западом обусловлена, видимо, тем, что, с точки зрения экономики, он видится мировым рыночно-демократическим сообществом как “свой” (т. е. рыночный), а с точки зрения политики — как недемократический, “чужой”, живущий при сохранении монополии Компартии Китая (КПК) на политическую власть.

### **“Внутренний” образ Китая**

Китай всегда ощущал себя страной, находящейся в центре мироздания. “Чжунго”, или “Срединное царство” — так называют свою родину сами китайцы. Иероглиф “Чжун” переводится как “центр, середина, средоточие”. Понятие середины — это философская трактовка страны, одной из самых древних цивилизаций, которая на протяжении 5000 лет считала себя центром мира. Имперское прошлое Китая является предметом особой гордости, продолжая играть важную роль в формировании мировоззрения нации. Чтобы понять приверженность китайцев к их традиционной государственности, следует принять во внимание тот факт, что ранее власть в Китае имела религиозный и моральный смысл: всеобщее сотрудничество, безоговорочное соблюдение ритуала, выступление чиновника в роли национального героя. В основном, китайцам присущи патриотизм, гордость за успехи своей страны, сознание ее великого предназначения. Немалое значение здесь имеет географический фактор, огромность территории, которая способствует формированию чувства собственной значимости, самоидентификации граждан великой державы.

Своеобразное самоощущение в духе “мы за все в ответе на планете” наложило свой отпечаток на сегодняшний образ и позицию страны. В то же время сами китайцы считают, что их национальная идентичность претерпевает небывалые изменения: Китай, по их мнению, во многом утратил “своеобразие” и “уникальность”, но при этом стал страной более динамичной, стабильной и внушающей доверие<sup>13</sup>. Благоприятный внутренний образ важен как с точки зрения самоидентификации, так и для реализации дальнейших планов развития в любой сфере деятельности. Китайцы говорят: “кто имеет образ, к тому придет благополучие”<sup>14</sup>.

Создание благоприятного имиджа — важная составляющая искусства государственного управления в Поднебесной испокон веков. 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. “Внутренний” образ КНР проявляется в усилиях создать гармонию интересов государства и народа, социально-политическую стабильности общества. Центральным мотивом в формировании имиджа страны становится человек, что выражено в выдвинутом на XVII съезде КПК лозунге “Человек — основа всего”<sup>15</sup>.

На этом съезде Ху Цзиньтао признал наличие “довольно большого количества проблем в области трудоустройства, соцобеспечения, распределения доходов, образования и здравоохранения, жилья, безопасности производства, правосудия и общественного порядка, которые затрагивают кровные интересы народа, а также то обстоятельство, что части людей с низкими доходами живется довольно трудно”<sup>16</sup>. Партия пообещала создать равные возможности в доступе к образованию, медицинское обслуживание и обеспечение в старости. В качестве программной цели провозглашено “превращение Китая в богатое, могущественное, демократическое, цивилизованное и гармоничное модернизированное социалистическое государство”<sup>17</sup>. Лозунг “гармоничного общества” вкуче с обещаниями решить наболевшие социальные проблемы призван повысить популярность правящей партии среди народа и личный авторитет Ху Цзиньтао.

Изначально планы строительства “гармоничного общества” были нацелены на решение внутренних социально-экономических и политических проблем страны. Когда Китай начинал реформы, 250 миллионов человек из миллиарда, то есть каждый четвертый, пребывали в абсолютной бедности, их доход соответствовал пяти долларам США в месяц. К настоящему времени население, живущее за чертой бедности, в целом по стране сократилось до 26 млн чел., или 2% (до 15 млн чел. в сельской местности)<sup>18</sup>. Задача преодоления нищеты и отсталости в КНР решается, но все же безработица, неравномерное распределение доходов и другие острые социально-политические проблемы по-прежнему беспокоят китайское руководство. Угроза социальных потрясений очень велика, несмотря на кажущееся благополучие экономического роста.

По данным опроса общественного мнения, опубликованным в журнале “Сяокан”, из социально-экономических вопросов жители Китая наиболее обеспокоены состоянием медицинского обслуживания (73,16%), ростом потребительских цен (68,87%), ростом цен на недвижимость (65,63%), разрывом в доходах богатых и бедных (62,52%), коррупцией (62,12%), состоянием окружающей среды (59,25%), состоянием системы социального обеспечения (57,35%), безопасностью продуктов питания (52,13%), вопросами занятости (48,36%), состоянием общественной безопасности (45,62%)<sup>19</sup>.

Процесс формирования “внутреннего” образа строго контролируется. В Китае пристально следят за содержанием информации (особенно, предназначенной для внутреннего пользования). Фундаментом информационной деятельности, осуществляемой в стране, служат идеологические установки Компартии. В ЦК КПК функционирует специальный отдел, который контролирует информационный поток и тщательно следит за его содержанием. Отсюда в СМИ регулярно направляются установочные материалы и запретительные директивы. Если появляется опасная, по мнению партийных идеологов, тема, обсуждение

которой выходит из-под контроля, ее запрещают затрагивать в публикациях или теле- и радиопередачах. Жесткие ограничения касаются, в основном, политических тем. Публикации по экономике более либеральны. Что касается такого ресурса, как Интернет, то в Китае он является мощным пропагандистским инструментом, находящимся под контролем государства, а не свободным от ограничений информационным источником.

Существенное влияние на “внутренний” имидж оказывают символы престижа страны. В данном контексте создаются демонстрационные проекты международного уровня для того, чтобы впечатлить население Китая и других государств и показать, что стремление стать одной из ведущих стран мира вполне достижимо. Например, построение самого высокого в мире здания, самой высокогорной железной дороги, самого длинного в мире моста, проведение Олимпийских игр, выставки ЭКСПО-2010 и пр.<sup>20</sup>

### **“Внешний” образ Китая**

Наряду с формированием “внутреннего” имиджа китайское руководство уделяет все больше внимания внешнеполитическому образу. КНР воспринимается в мире как держава, стремящаяся к мировому лидерству. Это — государство с немалой комплексной мощностью, крупнейший рынок в мире, один из пяти членов СБ ООН<sup>21</sup>. По мере того как КНР становится богаче и сильнее, в мировом сообществе крепнет понимание: Поднебесная заслуживает того, чтобы ее признали великой державой и выказывали ей должное почтение. После распада Советского Союза Китай, благодаря сочетанию динамично развивающейся экономики и искусной дипломатии, стал наиболее вероятным кандидатом на роль противовеса США как сверхдержавы<sup>22</sup>. Некоторые политологи предрекают, что это чревато конфликтом с США. Поводом может стать Тайвань, а реальными причинами — запасы нефти в Южно-Китайском море, растущее влияние Китая в АСЕАН.

В сравнении с США, которые укрепляют собственные позиции через идею распространения демократии в мире, китайский путь подразумевает экономическую экспансию, наращивание торгово-экономических связей. В частности, через увеличение собственного экспортного потенциала, всемерную диверсификацию внешних рынков и источников ресурсов, инвестиций и технологий, рекламирование во вне возможностей внутреннего рынка страны в условиях социальной стабильности.

Важным событием, во многом определяющим как перспективы социально-экономического развития страны, так и усиление ее экономического влияния в мире, стало вступление КНР в ВТО в ноябре 2001 г. Только за первые два года членства в ВТО объем внешней торговли КНР увеличился с 510 млрд долл. в 2001 г. до 851 млрд в 2003 г., объем прямых иностранных инвестиций вырос соответственно с 46,9 млрд долл. до 53,5 млрд долл.<sup>23</sup> Китай получил определенные преимущества для развития своей экономики в результате ее вхождения в открытую мировую торговую систему. Некоторые отрасли промышленности КНР из числа заранее отнесенных на международном рынке к неконкурентоспособным (например, автомобилестроение), начали развиваться более быстрыми темпами. Однако здесь уже имели место инциденты, связанные с внешним сходством автомобилей из Поднебесной с японскими или европейскими моделями, что негативно повлияло на имидж страны.

Анализируя политическую составляющую образа государства, необходимо отметить: вплоть до последнего момента Пекин не вынашивал планов покорения мира. На наш взгляд, для КНР актуальны не столько претензии на “мировое господство”, сколько признание ее “равновеликости”. Китай хочет не только вписаться в глобальную систему международных отношений на достойных условиях, быть не просто региональным лидером, но и стать важным участником глобальных процессов, силой, способной на равноправный диалог с ведущими странами мира<sup>24</sup>. Китайские политики хорошо понимают, что внутренняя и внешняя политическая стабильность для КНР — абсолютно необходимые условия успешного развития. Стремление к такой стабильности и определяло до последнего времени усилия по формированию образа Китая.

С середины 1990-х гг. реформирующийся Китай столкнулся с эскалацией критики из-за рубежа: к негативным оценкам его внутренней политики добавились обвинения в якобы растущей военной и экономической угрозе с его стороны мировому сообществу, в сотрудничестве с тоталитарными режимами. На Западе и Востоке прослеживалась некая озабоченность возможностью доминирования Поднебесной в мировых делах в XXI в. Ответом на это стали контрпропагандистские публикации, содержавшие отповедь западной критике (опровержение теорий “коллапса Китая”, “китайской угрозы”, “экспорта Китаем дефляции” и др.).

Осознавая необходимость если не полной нейтрализации (что достаточно сложно), то хотя бы уменьшения обеспокоенности части мирового сообщества по поводу возвышения Китая, его руководство определило курс на формирование образа страны, разрешающей возникающие споры с соседними государствами путем переговоров, а не посредством силы. Пекин стремился убедить мировую общественность, что его усиление носит исключительно мирный характер и что рост китайской экономики никому не угрожает. Хотя Китай и приблизился к позиции, заняв которую может рассчитывать на гораздо более высокий международный статус, он, тем не менее, стоит перед лицом колоссальных внутренних проблем и должен отдавать приоритет именно их разрешению, а не утверждению своей международной значимости.

Какие виды имиджа стремился сформировать Пекин? По данным официальных правительственных изданий: *The Peking Review* (позднее переименованный в *Beijing Review*) и *Government Work Reports* (*чжэнфу гунцзо баогао*)<sup>25</sup>, в последние 40 с небольшим лет существовали следующие условные виды имиджа КНР для мировой арены: “миролюбивая страна”, “жертва иностранной агрессии”, “социалистическая страна”, “бастион революции”, “развивающаяся страна”... За период реформ правительство пересмотрело варианты имиджей эпохи Мао (“социалистическая страна”, “бастион революции”)<sup>26</sup>. Теперь акцент делается на понятия: “страна, открытая для международного сотрудничества” и “крупная держава”.

Для координирования работы над образом страны в 1990 г. при ЦК КПК был сформирован Департамент зарубежной пропаганды, а в 1991 г. при Госсовете КНР был образован Информационный центр. В рамках программы формирования имиджа страны правительство КНР, начиная с 1990-х гг., регулярно выпускало “Белые книги” — официальные правительственные документы на различные темы (права человека, ситуация в Тибете, национальная оборона КНР, экология и окружающая среда и пр. (табл.1).

“Белые книги” демонстрируют международному сообществу позиции Китая по многим важным вопросам — в отличие от прошлых времен, когда Пекин предпочитал игнорировать международную критику в свой адрес.

Таблица 1.

**“Белые книги” — документы правительства КНР**

Год выпуска	Название документа
1991	Права человека в Китае
1992	Уголовная реформа в Китае
1992	Тибет — принадлежность региона и права человека в регионе
1993	Тайваньский вопрос и реконсолидация Китая
1994	Положение женщин в Китае
1994	Защита интеллектуальной собственности в Китае
1995	Планирование семьи в Китае
1996	Положение детей в Китае
1996	Защита окружающей среды в Китае
1996	Зерновой вопрос в Китае
1997	Баланс китайско-американской торговли
1997	Свобода религиозного вероисповедания в Китае
1998	Национальная оборона в Китае
1999	Политика Китая в отношении национальных меньшинств
2000	Население Китая и развитие страны в XXI веке
2000	Космическая программа Китая
2001	Тибетский марш на пути модернизации
2001	Программа сокращения бедности в сельском Китае
2002	Национальная экономика и социальное развитие Китая

**Источник:** *Официальный сайт МИД КНР (декабрь 2002 г.) [www.fmprc.gov.cn](http://www.fmprc.gov.cn)*

В начале 2000-х гг. для обоснования китайского пути развития Пекин задействовал весь арсенал внешнеполитической пропаганды, демонстрируя уникальность и успешность модели экономических реформ, целесообразность планов “совместного развития” и “мирного возвышения” при отрицании экспансионистских имперских устремлений Китая. Предполагалось сформировать образ государства, стремящегося в первую очередь к экономическому возрождению, увеличению совокупного потенциала и созданию необходимых условий для своего развития. На страницах общественно-политических изданий появились многочисленные статьи о “мирном возвышении”, были проведены научные конференции, в сжатые сроки подготовлены обобщающие исследования.

Однако подобное позиционирование образа государства на международной арене может иметь и негативную реакцию со стороны других стран или сообществ. Амбициозное упоминание о “возвышении” Китая, пусть даже “мирном” (*хэпин цзюеци*), продолжало тревожить иностранную аудиторию. И вот, летом 2004 г. лозунг о “мирном возвышении” был выведен из пропагандистского употребления. В результате власть вернулась к понятию “мира и развития” (*хэпин юй фачжань*) эпохи 1980-х гг., провозгласив основополагающей внешней стратегией КНР “мирное развитие”. Данный призыв был подтвержден в докладе Ху Цзиньтао на XVII съезде КПК: “Китай будет неуклонно идти по пути мирно-

го развития. Этот стратегический выбор был сделан правительством и народом Китая с учетом тенденций развития эпохи и собственных коренных интересов. Китайская нация — это нация, которая горячо любит мир, а Китай всегда был и будет надежной силой, защищающей мир во всем мире”<sup>27</sup>.

После неудачи с “мирным возвышением” в контексте формирования образа государства власти КНР обратились к гуманистическим ценностям традиционной конфуцианской мысли, в которой издревле почитались “гармония” и приверженность “золотой середине”. Китайские теоретики все чаще стали обращаться к предложенному американским ученым Д. Наем понятию “мягкой силы” (*жуань шили*), подразумевающему использование “нематериальных властных ресурсов” культуры и политических идеалов<sup>28</sup>. Одно из проявлений “мягкой силы” — дипломатия, направленная на создание атмосферы добрососедства с окружающими странами. Другим ресурсом выступает культура, в том числе государственные программы проведения “годов Китая” и открытия Институтов Конфуция, создаваемых по всему миру Госканцелярией КНР по распространению китайского языка. В настоящее время функционирует 253 таких Института в 75 странах и регионах мира. В России существует 12 Институтов Конфуция: в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Томске, Иркутске, Владивостоке, Улан-Удэ, Благовещенске, Казани и др. Министерство просвещения КНР подсчитало, что к 2010 г. более 100 млн чел. на земном шаре будут изучать китайский язык как иностранный, к тому времени планируется значительно увеличить количество Институтов Конфуция во всем мире<sup>29</sup>.

Сложившийся образ Китая как “всемирной фабрики”, изготавливающей продукцию для транснациональных корпораций, побуждает Пекин постепенно смещать акцент с рекламы “экономического чуда” и впечатляющих показателей роста ВВП на пропаганду новых лозунгов “гармоничного общества” и “устойчивого развития”, свидетельствующих о стремлении китайских властей преодолеть накопившиеся социальные и экологические проблемы страны. Внимание фокусируется на формуле: “Китаю необходим гармоничный мир, чтобы тот создал благоприятную внешнюю среду для развития, а также принес пользу народам всего мира”<sup>30</sup>.

В апреле 2005 г. в Джакарте Ху Цзиньтао впервые выдвинул идею “совместного построения гармоничного мира” (попытка связать воедино “гармоничные” ценности китайской традиции, современные цели КНР и внешнюю политику страны). Год спустя, выступая в Йельском университете, он заявил, что Китай придерживается стратегии открытости в интересах взаимной выгоды, использует достижения других цивилизаций для продвижения к миру и развитию через сотрудничество, стремится играть свою роль в строительстве гармоничного мира, длительных мирных отношений и общего процветания<sup>31</sup>. Современный Китай работает над созданием благоприятного образа страны, готовой “поделиться” своими достижениями с другими государствами и тем самым заинтересовать их в своем дальнейшем развитии.

Прилагаются усилия к продвижению достижений китайской культуры и науки; поддержание позитивного цивилизованного образа становится частью политики открытости, “выхода Китая в мир”, курса на гармонизацию международных отношений<sup>32</sup>. По мнению китайского руководства, рост авторитета КНР, укрепление ее международных позиций должны протекать параллельно с успехами внутреннего развития, и в этом плане важным является акцент на то, что

Китай будет стремиться к “совместному развитию” и “совместному процветанию”<sup>33</sup>.

После 8 августа 2008 г. у Пекина появилась новая точка отсчета — Олимпиада. Сам факт ее проведения символизирует международное признание успехов Китая. Олимпийские Игры имеют геополитическое значение — это и повышение престижа государства, и возможность в течение длительного времени находиться в центре всеобщего внимания, рекламируя себя и демонстрируя свои достижения. Помимо самого факта принятия Олимпийских Игр, большое имиджевое значение для Китая имеет и строчка в олимпийском медальном зачете. Для выполнения “медального плана” нужны людские и финансовые ресурсы, в спорт необходимо инвестировать достаточные средства. То, что именно хозяйка Игр завоевала самое большое количество наград высшей пробы и заняла 2-е место в общемедальном зачете, говорит об усилиях, приложенных для того, чтобы заявить о КНР как о великой спортивной державе.

По оценке Китайского информационного Интернет-центра, Олимпиада — 2008 изменила имидж КНР; люди из разных стран не только углубили знания о ней, но и обрели уверенность в его благополучном будущем. Опрос “Китай в глазах мира” был рассчитан на иностранцев, побывавших в КНР во время Олимпийских игр. Глазам большинства из них предстало “современное”, “развитое”, “открытое” государство<sup>34</sup>.

\* \* \*

Суммируя основные проблемы, с которыми в начале XXI в. Китай столкнулся в деле создания позитивного образа страны в глазах мирового сообщества, стоит отметить следующее:

- осознана необходимость убеждения иностранных держав в том, что усиление экономической мощи КНР не несет угрозы для сбалансированного развития глобальной экономики;

- Китай учится конструктивно отвечать на критику в свой адрес относительно его политических институтов и проблем в области прав человека;

- поскольку Китай является носителем и наследником уникальных культурно-цивилизационных традиций (несхожих с евро-американскими), он должен объяснять внешнему миру, что несходство его ценностей с западными не чревато конфликтом, но есть важный элемент глобального многообразия цивилизаций — верно сформированный международный образ может стать весомым дополнением в процессе принятия КНР в число полноценных и значимых мировых “игроков”.

Китай остается одной из самых малоизученных стран мира. 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. Однако, представления о Китае как об угрозе остальному миру объясняются не столько действительными опасениями, связанными с его быстрым возрождением и “взлетом”, сколько особенностями современного этапа развития самого западного общества, наличием в нем некоего социального заказа на подобные мифы. В противовес этому достаточно сформировать собственные мифологемы, которые могли бы успешно соперничать с распространенными в западном медиапространстве. Для

Китая ими могут выступать концепции “построения гармоничного общества” и “гармоничного мира” (*хэсе шицзе*).

В связи с тем, что проблема позитивного имиджа государства многопланова и помимо внешнеполитического имеет и внутреннее содержание, представляется важным, чтобы Пекин более открыто информировал мировую общественность о том, как государство решает различные внутренние задачи. Сложность состоит в том, что мировое сообщество не понимает и не принимает внутренние причины и противоречия многих исторически сложившихся ситуаций. Например, взрывоопасные проблемы сепаратизма в Тибете и на Тайване остаются постоянными раздражителями в отношениях Китая и Запада. КНР вынуждена при этом постоянно апеллировать к военной силе, что ухудшает ее международный имидж.

Китайское руководство все яснее осознает, сколь легко сформировать негативный образ и как трудно создать позитивный. Продвижение имиджа Китая за рубеж требует учета специфики иностранных культур. Если подходы или язык, используемые китайским правительством, чужды целевой аудитории (что наблюдалось довольно часто), то формирование образа чревато провалом. По последним данным, группа крупнейших китайских медиа-компаний<sup>35</sup>, работающих под правительственной цензурой и руководствующихся мотивами пропаганды, планирует потратить миллиарды долларов на свое зарубежное развитие (распространение) в рамках правительственных мероприятий по улучшению имиджа страны за рубежом. В намерениях: приобретение международных медиа активов для открытия новостных бюро за рубежом, 24-часовое транслирование на английском и других языках и т.д.

Образ государства формируется не только в СМИ, но и через другие сферы деятельности общества — через взаимоотношения в культуре, бизнесе, науке и т.д. Уникальность этноса, проживающего в стране, его многообразие, древние культурные традиции, китайский язык — основа для построения привлекательного образа Поднебесной и ее народа. Немалая часть маркетинговых денег тратится на продвижение своей культуры и языка за рубежом и на благотворительность в странах, где работают китайские компании, особенно в Африке. В качестве дополнительного инструмента повышения привлекательности страны в глазах мирового сообщества Китай делает ставку на развитие международного туризма.

Шаги, сделанные КНР по многим направлениям международной политики, показали умение обдуманно и осторожно продвигаться к намеченной цели без особых реверансов в сторону мирового гегемона. Китай вышел на новый этап взаимодействия с внешним миром, ставя во главу угла — помимо успехов в экономике и внешнеторговой деятельности — заботу о своем имидже.

- 
1. Посол КНР: Китай неизменно идет по пути мирного развития . — [http://russian.china.org.cn/international/txt/2008-10/19/content\\_16633459.htm](http://russian.china.org.cn/international/txt/2008-10/19/content_16633459.htm).
  2. *Boulding K.* The Image. Ann Arbor, 1956. Цит. по: *Галумов Э.А.* Международный имидж России. М., 2003, С. 7.
  3. *Коваль Б.И.* Смыслообраз России в представлении россиян и латиноамериканцев: Гипотеза трехмерного анализа // Латинская Америка. М., 2007. № 9. С. 10.
  4. *Семененко И.С.* Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. М., 2008. № 5. С. 9.

5. Там же. С. 10.
6. *Keohane R.* After Hegemony. Princeton, 1984. P. 116. Цит. по: *Hongying Wang.* National image building and Chinese foreign policy // *China: an International Journal.* 2003. March. P. 67.
7. *Ramo J.C.* Op. cit. P. 12. — [http://www.joshuaramo.com/\\_files/pdf/Brand-China.pdf](http://www.joshuaramo.com/_files/pdf/Brand-China.pdf).
8. Там же. P. 13.
9. East does not meet West on China's self-image — <http://luanyimei.blog.sohu.com/95780260.html>.
10. *Ramo J.C.* Op. Cit. P. 13.
11. *Камм Д.* Ослепленные самоизоляцией (The Washington Post. 2008. 7 Aug. — <http://www.inosmi.ru/stories/06/05/02/3479/243064.html>.
12. Китай: союзник или угроза? Данные опроса от 6 августа 2008 г. — [http://news.bbc.co.uk/hi/russian/talking\\_point/newsid\\_7545000/7545862.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/russian/talking_point/newsid_7545000/7545862.stm).
13. По предварительным данным опроса Y&R BrandAsset® Valuator (WPP), в котором принимали участие 5000 респондентов из восьми китайских городов (июнь-июль 2005 года). *Ramo J.C.* Op. cit. P. 15.
14. <http://www.russia-china.ru/projects/?doc=sreda&subdoc=Образ%20Китая>.
15. *Салицкий А.И.* Куда движется Китай? О последнем съезде КПК и перспективах социализма. — [http://www.perspektivy.info/oikumena/azia/kuda\\_dvizhetsya\\_kitaiy\\_2007-11-15-34-51.htm](http://www.perspektivy.info/oikumena/azia/kuda_dvizhetsya_kitaiy_2007-11-15-34-51.htm).
16. *Ломанов А.В.* Гармония превыше всего // *Россия в глобальной политике.* 2007. № 6. С. 141. — <http://globalaffairs.ru/numbers/29/8835.html>.
17. Там же. С. 142.
18. *Каргапольцев И.* Задачи социально-экономического развития Китая на пленуме КПК от 13.10.2008 // <http://rodon.org/polit-081013153525>.
19. Справка. Рейтинги Китая. — <http://www.strana-oz.ru/?numid=44&article=1679>.
20. Во время полевых исследований в Китае респонденты высказывали мысль о положительном значении таких символов для общества — Фэн Хайцзя, студент, 22 года: “Мы гордимся тем, что Олимпийские игры 2008 и ЭКСПО-2010 будут проходить в Китае. Мы давно к этому стремились”.
21. Незрелая экономика и низкий уровень жизни — самые основные показатели Китая как развивающейся страны. Размер и население страны, постоянное членство в Совете Безопасности ООН, наличие ядерного оружия — все это ясные и четкие признаки крупной державы.
22. *Луар Т.* Китай — новая сверхдержава? — [http://news.bbc.co.uk/hi/russian/in\\_depth/newsid\\_4307000/4307933.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/russian/in_depth/newsid_4307000/4307933.stm);  
Китай и конфликт XXI в. — [http://news.bbc.co.uk/hi/russian/talking\\_point/newsid\\_1260000/1260142.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/russian/talking_point/newsid_1260000/1260142.stm);  
*Киссинджер Г.* Китай утверждается как сверхдержава. — <http://www.inosmi.ru/translation/214466.html>  
*Панарин И.Н.* Китай: усиление сверхдержавы // <http://www.panarin.com/doc/31>
23. Improving the Investment Climate in China. — [www.worldbank.org.cn/English/content/investment.pdf](http://www.worldbank.org.cn/English/content/investment.pdf).
24. [http://www.mgimo.ru/dir\\_news/view.asp?UID=%7B085E8854%2D0EA3%2D4BD8%2DB9CC%2D8EB6161302F9%7D](http://www.mgimo.ru/dir_news/view.asp?UID=%7B085E8854%2D0EA3%2D4BD8%2DB9CC%2D8EB6161302F9%7D).
25. The “Peking Review” был основан правительством КНР 5 марта 1958 г. Это было первое и в течение многих лет основное еженедельное издание, ориентированное на иностранную аудиторию. Цель его — информирование иностранцев о тенденциях в политической ситуации Китая и развитии страны. Выходит на английском, французском, японском, немецком и испанском языках. В период с 1958 по 2002 год было выпущено более чем 2000 номеров “The Peking Review”. Что касается “Government Work Reports”, было выпущено 19 изданий в период с 1954 по 2000 гг. *Hongying Wang.* National image building and Chinese foreign policy // *China: an International Journal.* 2003. March. P. 51.

26. *Hongying Wang*. National image building and Chinese foreign policy // *China: an International Journal*. 2003. March. P. 52.
27. *Ху Цзиньтао*. Высоко неся великое знамя социализма с китайской спецификой, бороться за новую победу в деле полного построения среднезажиточного общества. Доклад на XVII Всекитайском съезде Коммунистической партии Китая 15 октября 2007 года]. // Информационное агентство “Синьхуа”. Пекин, 2007. 24 окт. Цит.по: *Борох О., Ломанов А.* Скромное обаяние Китая // *Pro et Contra*. 2007. № 6. С. 42.
28. *Борох О., Ломанов А.* Неосоциализм Ху Цзиньтао и современная идеология КНР // *Pro et Contra*. 2005. № 3. С. 34.
29. Прямые отношения к пропаганде идей конфуцианства Институт Конфуция не имеет. Имя Конфуция в самом Китае часто ассоциируется с культурой, просвещением и образованностью, а для иностранцев является символом традиционной китайской культуры и учености, именно поэтому правительством КНР для серии образовательных центров китайского языка и культуры выбрано такое название. В Уставе Институтов Конфуция, разработанном Канцелярией по распространению китайского языка при Правительстве КНР, сказано следующее: “миссия Институтов Конфуция состоит в том, чтобы способствовать росту понимания Китая и китайской культуры во всем мире, чтобы развивать дружеские отношения Китая с другими странами, способствовать развитию плюрализма в мире, и вносить посильный вклад в процесс построения гармоничного общества” ([http://www.confuciusinstitute.net/confucius\\_institutes](http://www.confuciusinstitute.net/confucius_institutes)).
30. *Чэн Сывэй*. Китай нуждается в гармоничном мире // [http://www.russian.xinhuanet.com/russian/2007-01/26/content\\_394938.htm](http://www.russian.xinhuanet.com/russian/2007-01/26/content_394938.htm).
31. A Translation of Chinese President Hu Jintao's Remarks at Yale. 2006. Apr. 21. — [http://www.yale.edu/opa/hu/download/transcript\\_Hu\\_20060421.doc](http://www.yale.edu/opa/hu/download/transcript_Hu_20060421.doc). Цит.по: *Борох О., Ломанов А.* Скромное обаяние Китая // *Pro et Contra*. 2007. № 6. С. 42.
32. *Титаренко М.Л.* XVII Съезд КПК. Перспективы светлые, но путь извилистый // *Проблемы Дальнего Востока*. 2007. № 12. С. 68.
33. Там же. С. 74.
34. Опрос “Китай в глазах мира”. — <http://russian.people.com.cn/95181/6510528.html>.
35. К этим медиа-гигантам относятся: Центральное китайское телевидение (ССТV); Синхуа (официальное государственное агентство), Пиплс Дэйли (Жэньминь жибао), официальный новостной орган КПК, и Шанхай медиа групп. См: *Varboza D.* China looks to improve its image abroad // *International Herald Tribune*. 15 January. 2009. — <http://www.iht.com/articles/2009/01/14/business/cctv.php>.