

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Чан Чжихао

**Эволюция внешнеполитического образа современного Китая**

**The evolution of the foreign policy image of modern China.**

Уровень образования: Магистратура

Направление 41.04.05 «Международные отношения»

Основная образовательная программа

ВМ.5568.2018

«Связи с общественностью в сфере международных отношений»

Научный руководитель:  
доцент кафедры теории и истории международных отношений  
кандидат исторических наук

Руцин Дмитрий Александрович

Рецензент:  
доцент кафедры профессионального образования,  
к. пед. н., доцент, академик Европейской академии естественных наук,  
ГАОУ ДПО «Ленинградский областной институт развития образования»

Радевская Наталья Станиславовна

Санкт-Петербург

2020

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение.....</b>	<b>3</b>
<b>Глава 1. Теоретические основы изучения внешнеполитического образа государства и проблемы его развития.....</b>	<b>6</b>
1.1. Внешнеполитический образ государства: общая характеристика и составляющие.....	6
1.2. Истоки формирования образа страны на международной арене.....	9
1.3. Положительный образ страны как целенаправленная деятельность государственных структур и его роль в современных условиях.....	16
<b>Глава 2. Анализ эволюции внешнеполитического образа Китая на разных этапах развития страны.....</b>	<b>23</b>
2.1. Исторический анализ трансформации представлений о Китае на международной арене.....	23
2.2. Эволюция общественного мнения о Китае на разных этапах развития страны.....	32
2.3. Особенности внешнеполитического образа Китая в современных условиях развития государства.....	42
<b>Глава 3. Разработка рекомендаций по устранению проблем во внешнеполитическом образе Китая на современном этапе.....</b>	<b>69</b>
<b>Заключение.....</b>	<b>72</b>
<b>Список литературы.....</b>	<b>75</b>

## Введение

В современных условиях развития стран все большее значение приобретает способность государства влиять на внешнюю и внутреннюю политику, силой идей и целенаправленных информационных потоков. Наряду с государственными приоритетами развития (такими, как внедрение инноваций, привлечение инвестиций, развитие инфраструктуры и прочее) особое место принадлежит имиджу государства как необходимому условию ее стратегического развития, способу защиты интересов страны и ее граждан, обеспечению поддержки внутренней и внешней политики как одного из условий национальной безопасности страны. Понимая важность и актуальность тематики формирования и поддержания положительного имиджа государства на международной арене, в последнее время все больше ученых уделяют внимание проблемам формирования имиджа государства и его органов.

Современные особенности формирования имиджа государств на международной арене, роль в этом процессе информационно-коммуникативных технологий исследуются по всему миру представителями разных научных школ, подходов, теорий и концепций, в частности политологии, теории социальных технологий, политической культуры и теории коммуникации как ведущих факторов внутренней и внешней политики. Эти теории представлены в трудах зарубежных исследователей Э. Бернайза, С. Блэка, Г. Брума, Ф. Буари, Р. Джервиса, Н. Элиаса, С. Катлипа, М. Маклюэна, Д. Ная, А. Сентера, которые рассматривали и анализировали процессы теории, методики и методологии паблик рилейшнз.

Однако имидж является динамичным феноменом. События, которые происходят в современном Китае, меняют его наполнение, соответственно имидж нашей страны нуждается в постоянной целенаправленной корректировке в глазах мирового сообщества. Поэтому целью исследования является анализ формирования и составляющих имиджа Китая на международной арене.

**Объектом** настоящего исследования является внешнеполитический образ государства.

В качестве **предмета исследования** раскрываются основы внешнеполитического образа государства Китая на разных этапах развития страны.

**Цель исследования** – провести анализ эволюции внешнеполитического образа Китая на разных этапах развития страны (период правления Си Цзиньпина), а также разработать рекомендации по устранению проблем, существующих в данной области.

**Задачи исследования:**

- 1) Охарактеризовать внешнеполитический образ государства: общая характеристика и составляющие;
- 2) Изучить истоки формирования образа страны на международной арене;
- 3) Определить положительный образ страны, как целенаправленную деятельность государственных структур и его роль в современных условиях;
- 4) Провести исторический анализ трансформации представлений о Китае на международной арене;
- 5) Обозначить эволюцию общественного мнения о Китае на разных этапах развития страны;
- 6) Определить особенности внешнеполитического образа Китая в современных условиях развития государства;
- 7) Разработать рекомендации по устранению проблем во внешнеполитическом образе Китая на современном этапе.

**Методы исследования:** методы периодизации, проблемно-хронологический, сравнительный, системного анализа, методы классификации и тому подобные. Источниковая база исследования представлена научной отечественной и зарубежной литературой, выступлениями официальных лиц КНР, информацией, транслируемой в средствах массовой информации и тому подобными источниками.

**Научная новизна исследования** заключается в том, что проанализированы современные политические процессы по созданию положительного имиджа страны и предложены новые, рационально обоснованные, методы его формирования.

**Практическое значение работы** заключается в формировании среди молодежи ясного, четкого понимания современных тенденций в государстве и в обществе в целом, что, в свою очередь, способствует выработке установок и рекомендаций для создания положительного образа и разрушение разного рода ложных мифов и представлений о Китае.

**Структура работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы. Общий объем работы составляет 80 страниц.

# **Глава 1. Теоретические основы изучения внешнеполитического образа государства и проблемы его развития**

## **1.1. Внешнеполитический образ государства: общая характеристика и составляющие**

В мировой практике анализ брендов стран и построение их рейтингов получило широкое распространение с середины нулевых годов 21-го века, что обусловлено действием следующих факторов. Во-первых, высокие темпы развития мировой экономики в конце 20-го и начала 21-го веков, привели, во-первых, к повышению со стороны стран, которые динамично росли, спрос на свободные инвестиционные ресурсы. В условиях существенного облегчения доступа к последним в рамках глобализированного финансового рынка, появились новые факторы, которые способны положительно повлиять на привлечение инвестиций. Одним из них и стал международный имидж страны или ее бренд.

Перед тем как перейти к рассмотрению характерных черт и составляющих формирования имиджа государства, необходимо, прежде всего, определиться, что имеют в виду ученые, используя это понятие.

Отметим, что в научной литературе встречается достаточно большое количество определений понятия имиджа (англ. image от лат. Imago – образ, вид), среди которых можно выделить несколько основных:

1) представление о человеке, продукте или институте, который разделяет широкая общественность и который часто намеренно формируется или изменяется средствами информации, рекламой, пропагандой и т. п.

2) Впечатление, которое производит лицо, компания или институт на одну или несколько групп общественности. Это не рисунок, не разработанное в деталях точное изображение, это скорее несколько деталей, которые оказывают эмоциональное воздействие.

3) Особого рода образ-образ, который создается целенаправленно и с помощью ассоциаций наделяет объект (явление, личность, товар и т. п.)

дополнительными ценностями (социальными, политическими, эстетическими и др), благодаря которым он воспринимается более эмоционально.

Имидж страны — это комплекс объективных взаимосвязанных характеристик государственной системы (экономических, географических, национальных, демографических и т. п), сформировавшихся в процессе эволюционного развития государственности как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и иных процессов<sup>1</sup>. Образ государства — это база, определяющая, какую репутацию имеет страна в сознании своих граждан и мирового сообщества в результате действия или без действительности тех или иных ее субъектов, взаимодействующих с внешним миром.

Позитивное восприятие государства внутри страны и в мире является залогом успеха глобальных политических, социальных и экономических движений, которыми, по сути, являются реформы. Доминирующую роль играют не только прагматические реформы в области экономики, но и оптимизация структуры власти и управления.

Известные отечественные исследователи в сфере международной коммуникации Г. Почепцов, В. Королько, Е. Макаренко, О. Шевченко, Е. Тихомирова и другие утверждают, что в современном понимании имидж — это стереотипизированный образ конкретного объекта, который существует в массовом сознании. Уточнения через «стереотип» актуализирует эту дефиницию, поскольку отрицает «имидж» как «окончательное или доказанное знание», доказывая потребность в постоянном совершенствовании имиджа. Тем самым учитывается и такой важный элемент формирования имиджа, как субъективизм.

Такое понимание является значительным как методично, так и политически, особенно когда речь идет об «оценке» определенного государства и его восприятию. Ведь оно приводит к выводу о том, что имидж государства в мире

---

<sup>1</sup> Фролов Е. В. Политический имидж институтов государственной власти России: современное состояние и перспективы совершенствования: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. — М., 2006. — 23 с.

является переменной величиной, колеблясь в пределах «позитив-негатив» в зависимости от многих обстоятельств и составляющих, требующих политического анализа с последующим синтезированием. Поэтому требуется постоянная слежка с целью учета таких изменений для внесения соответствующих поправок, которые зависят от установленных причин ухудшения «мысли» о государстве.

С его помощью политическая и бизнесовая элита пытается влиять не только на объемы и направления желательных для страны инвестиций, но и на развитие туризма и международной торговли. Показательны следующие данные о ежегодных расходах стран на осуществление государственной политики для поддержки и продвижения их имиджа за рубежом, США - 1,4 млрд. дол. Великобритания и Германия – примерно 1,2 млрд. дол. каждая, Франция – около 3,1 млрд. дол., Саудовская Аравия – 6 млрд. дол.

Во-вторых, многочисленны (более 1000 с 1965 г.) исследованиями установлена прямая связь между страной происхождения товара и силой потребительской привязанности к нему. Чем сильнее бренд страны, тем более оправданной в глазах потребителей является премиальная наценка на товары компаний этой страны. Товары и услуги компаний, бизнес которых ассоциируется с сильными национальными брендами, получают дополнительное конкурентное преимущество перед компаниями, которые связываются со странами со слабыми брендами.

В-третьих, на рост популярности территориального брендинга повлияли следующие факторы, связанные с глобализацией. Основными среди последних являются следующие: растущая распространенность и доступность международных средств коммуникации; снижение стоимости международных поездок; рост доходов потребителей, в структуре которых все большее место занимает международный туризм; рост конкуренции между странами за привлечение квалифицированной рабочей силы; рост среди граждан потребности в обогащении своего культурного опыта за счет ознакомления с культурой других стран.

В-четвертых, широкого удара получили успешные результаты достаточно большого количества проектов по созданию или изменению территориальных брендов, в том числе и таких стран, как Великобритания, Германия, Чехия, Южная Африка и тому подобное. В Великобритании в конце 90-х годов 20-го века с большим успехом прошла компания по ребрендингу страны, в результате которой ее новый слоган Cool Britannia («Классная Британия»), который был предложен В. Оллисом, в течение буквально одного года стал чрезвычайно популярным. Как следствие, Великобритания и по сей день устойчиво удерживает ведущие позиции в рейтинге самых сильных национальных брендов, занимая в 2008-2010 гг. 3-4 место в рейтинге Anholt-GfK Roper Nation Brands Index.

Бесспорно, одним из самых главных показателей политического имиджа страны является ее законодательство. Оно не должно содержать перечень всех действий, что может сделать субъект предпринимательской деятельности, а оно лишь должно показывать, какие действия являются не приемлемыми для государства. Налоговая политика должна быть стабильна, а не меняться раз в месяц. Это позволит не только привыкнуть и приспособиться к «правилам игры», но и станет показателем цивилизованности государства.

Функции имиджа государства являются многогранными и очень влиятельными на развитие страны. Сегодня руководству любого современного государства, важно понять, что имидж государства необходимо постоянно формировать и улучшать. При этом делать это надо не стихийно, а разработав четкую и целенаправленную программу.

## **1.2. Истоки формирования образа страны на международной арене**

Исследуя явление имиджа государства, целесообразно отметить, что мы можем говорить о внешнем и о внутреннем аспекты имиджа. Внешний аспект, касается прежде всего оценки государства на международной арене другими субъектами международных отношений, или отношение мирового сообщества к

той или иной государства. Относительно внутреннего аспекта, то здесь целесообразно говорить о типе политического режима, состоянии демократии, экономическое положение страны, уровень патриотизма и отношение граждан к собственному государству и тому подобное.

Имидж государства, как и имидж любой организации, политика, лица формируется под влиянием многих факторов и с применением определенных технологий и использованием определенного ряда средств. Если говорить об особенностях формирования имиджа государства, то стоит упомянуть об основных приемах и методах такого формирования.

Принято считать, что имидж государства на международной арене создается с помощью информации, которая поступает о ней через официальные и неофициальные каналы, СМИ, интернет и прочее. В этом контексте можно отметить, что особенно важным для формирования имиджа государства является информационная политика государства, которая играет важную роль в формировании имиджа государства на международной арене, а также деятельность СМИ, благодаря которым создаются и эффективно используются как элементы политической манипуляции, так и разнообразные имиджи, образы, стереотипы поведения и прочее.

Отечественный исследователь И. Терещук одним из ключевых инструментов формирования внешнеполитического имиджа государства считает дипломатию, а в первую очередь – публичную дипломатию, которая представляет собой форму государственного международного PR. Соответственно, ключевыми субъектами формирования этого имиджа исследователь называет внешнеполитическое ведомство государства вместе с ее дипломатическими представительствами за рубежом.

Дополняя мнение Терещука можно заметить, что важную роль в процессе формирования имиджа государства занимают также и новые дипломатии, в частности речь идет прежде всего о непосредственные встречи глав государств, участие в работе различных организаций, форумов, международных конференций и тому подобное. Ведь, если государство будет занимать видное место в мировых

международных организация и она будет иметь влияние на принятие в этих организациях решений, тем более авторитетным и влиятельной она будет выглядеть на международной арене, и тем более положительный имидж она будет иметь. А чем более авторитетной будет международная организация, тем солиднее будет смотреться в глазах мировой общественности образ государства, которое входит в ее состав.

Участие государства в различных форумах и конференциях, разнообразные визиты представителей власти того или иного государства, как информационные каналы двусторонней связи, также влияют непосредственным образом на формирование имиджа государства. Таким образом государство налаживает нужные ей контакты и вместе с тем формирует к себе отношение других субъектов мирового сообщества к себе, что потом отражается на особенностях ее имиджа.

Кроме того, на формирование имиджа государства, (особенно это касается его внешнего аспекта) влияет поддержка государством определенных политических действий другого государства, государств или организаций. Например участие в войне, оказание гуманитарной помощи, участие в миротворческих операциях и тому подобное. Именно из-за таких действий государства другие субъекты международных отношений, да и сами граждане внутри страны, будут воспринимать ее демократической или недемократической, могучей или слабой, по мере того как она будет проявлять себя и действовать на международной арене. Чем лучше она себя будет позиционировать, тем позитивнее будет ее имидж.

Целесообразно принять во внимание мнение О. Щурко, которая считает, что международный образ государства, его привлекательность формируется и предопределяется влиянием многих факторов. Это и особенности региона, национальных традиций, исторической памяти народа, идеологии, которые создают целостный образ, на основе которого идентифицируют определенную государство среди всего мирового сообщества.

Факторы, влияющие на процесс формирования международного образа государства, по мнению А. Щурко, можно также разделить на первичные и вторичные. К первичным (преимущественно материальным) факторам относятся территория, природные ресурсы, среда, историческое прошлое (исторические события). Это объективные факторы, которые существуют безотносительно к ситуации и воли людей (однако, могут быть интерпретированы по-разному). Вторую группу составляют вторичные (нематериальные) факторы, которые возникают как результат действия первичных, имеют преимущественно субъективный характер и определяют интерпретацию первичных. К ним относят архетипы, ментальность, мифы, национальный характер, историческую память, духовную культуру, ценности народа. Взаимодействие этих групп факторов и определяет взаимосвязь между естественно-физическими и социокультурными элементами образа государства<sup>2</sup>.

Среди внешних факторов формирования международного образа государств на современном этапе выделяют важные мировые стандарты, сформированные международным сообществом, задекларированные в нормах международного права, документах международных организаций, фиксируются ежегодными рейтингами международных организаций и рейтинговых агентств. Это так называемые общемировые рейтинги (индексы), которые направлены на сравнительную оценку развития государственного управления и экономики, распространении коррупции и распространении новейших технологий, уровня демократии во всех странах мира и тому подобное. Они иллюстрируют привлекательность (или непривлекательность) сообщества и касающихся экономических показателей, уровня благосостояния, качества жизни, прав человека, норм управления, свободы прессы, уровня коррупции и так далее. Итак, мировые рейтинги формируют восприятие страны международным сообществом.

---

<sup>2</sup> Паршина Е.В. Роль и место публичной дипломатии в формировании имиджа государства: политологический анализ на опыте США и СССР/РФ : автореферат дис. на соискание ученой степени канд. полит. наук: спец. 23.00.04 «Политические проблемы международных отношений и глобального развития» / Е.В.Паршина. М., 2006. – 21 с.

К важнейшим индексам, которые влияют на формирование имиджа того или иного государства относятся:

- Индекс глобальной конкурентоспособности (один из наиболее известных мировых индексов, который ежегодно составляется Всемирным экономическим форумом в Давосе (Швейцария))
- Индекс восприятия коррупции (ИСК) (ежегодно рассчитывается международной организацией Transparency International);
- Индекс электронного участия граждан (оценивает качество и полезность информации и услуг, которые с помощью современных информационно-коммуникационных технологий правительство предоставляет гражданам с целью привлечения к принятию управленческих решений);
- Индекс готовности к электронному управлению (рассчитывается ООН);
- Индекс экономической свободы и другие.

Важно вспомнить, что в эпоху информационной революции рассматривая международный образ (имидж) государства, все чаще принимают во внимание успехи государств в сфере использования современных научно-технических и информационных технологий.

Для такой оценки на сегодня разработано более двадцати различных e-индексов, которые позволяют оценить страну с точки зрения ее прогресса в направлении формирования информационного общества. Наиболее известными среди них являются:

- Индекс цифровой способности или цифровой перспективы (Digital Opportunity Index, DOI), разработанный ITU в пределах WPIIS;
- Индекс цифрового доступа (Digital Access Index, DAI), ITU;
- Индекс сетевой готовности (The World Economic Forum'S Networked Readiness Index (NRI);
- Индекс информационного общества (Information Society Index, ISI), компания IDC.

Значительную роль в формировании имиджа играют средства массовой информации. Оценка их роли в этом процессе неоднозначна. Г. Мнацаканян,

например, считает, что факты, интерпретации и образы, которые задают СМИ, мешают обществу создавать собственное мнение об объекте. Однако с другой стороны с помощью СМИ может формироваться в глазах мировой общественности позитивный образ государства, чувство симпатии к ней, а в случае необходимости – антипатии и осуждения по отношению других государств.

Факторы, указанные выше играют весомую роль в формировании имиджа того или иного государства. Поэтому обобщая сказанное выше, отметим, что весьма важным фактором формирования имиджа государства, особенно на международной арене, является его информационная составляющая. Это можно объяснить тем, что мы живем в глобализированном мире, где информационные технологии приобретают все большее значение, а информация становится важным «оружием в руках международных актеров». И поэтому именно от информации, которая будет формироваться извне государства (оценка других государств имиджа той или иной страны) или с середины будет зависеть образ того или иного государства.

По нашему мнению, информационная составляющая имиджа государства – это совокупность информационных потоков политического, экономического, культурного и социального характера, донесения информации о государстве через современные информационные средства, а также распространения информации о государстве другими субъектами международных отношений.

Чтобы сегодня стране стать успешным проектом, современная национальная идея нуждается в модернизации, адаптации не только к жестким реалиям общества и политической нации, но и тех цивилизационных, геополитических, экономических вызовов, с которыми столкнулся Китай. То есть насущной возникает потребность наполнения национальной идеи новым идеологическим содержанием, который отвечал бы цивилизационным, научным, информационным процессам нового тысячелетия.

По этой причине формирование положительного международного имиджа страны и пропаганда ее за рубежом является задачей общегосударственной важности, к исполнению которого должны быть привлечены, согласно своей

компетенции, все органы исполнительной власти. Считаем, что для формирования позитивного имиджа государства на международной арене необходимо создание в составе Министерства информации страны специальной структуры по управлению имиджем, в задачи которой будет входить формирование, координация и реализация имиджевой политики страны.

Таким образом, имидж государства – это достаточно многогранное понятие, которое позволяет нам выделить такие его компоненты, которые влияют на его информационное наполнение:

Политический - (его называют самым важным). Характеризует основной политический курс государства, его политику (внутреннюю и внешнюю), основные политические ценности и нормы. То есть именно политическая составляющая имиджа государства позволяет сформировать образ государства как демократической или недемократической, стабильной или нестабильной, умение элиты этого государства проводить в жизнь эффективные политические решения и т. п;

Экономический – характеризует основные экономические процессы в стране, экономический рост и развитие и тому подобное. Именно благодаря экономическому показателю мы видим уровень развития страны и ее доход. Полное представление о группах стран в мировой экономике дает информация международных организаций, членами которых является большинство стран мира;

Дипломатический – это составляющая ведения переговоров, подписания международных соглашений, изучение основных тенденций и перспектив развития как региональных, так и глобальных международных отношений, позиционирования государства на международной арене, ее влияние и умение сотрудничать с другими. Умение проводить стабильную и мирную внешнюю политику. Направлен на практическую реализацию внешней политики, защита национальных интересов в сфере международных отношений, а также прав и интересов граждан и юридических лиц за рубежом. Назначению дипломатии считается представительство страны на международной арене и обеспечения политической стабильности во внешних отношениях. Именно этот компонент

информационной составляющей имиджа государства влияет на формирование имиджа «извне», ведь освещение основных новостей относительно внешних отношений между странами в мире дает возможность оценить страну, дать ее политике определенную оценку, сформировать мнение о ее внешнеполитический имидж;

Социальный – заключается в удовлетворении потребностей людей в жилье, работе, поддержании здоровья, в социальных гарантиях, которая тоже в той или иной форме формирует имидж государства;

1) Туристичный – также очень важный компонент информационной составляющей имиджа государства. Туристический бизнес любой страны дает прекрасную возможность политикам того или иного государства показать свою страну в самом лучшем свете», особенно среди иностранцев. Вместе с тем, это будет способствовать подъему экономики и процветанию страны, что значительно улучшит имидж государства, тем самым создавая «визитную карточку» государства;

2) Инвестиционный – позволяет оценить основные тенденции развития страны, заинтересованность страной различными государственными и негосударственными организациями, ее вес в мировом экономическом развитии. (Любопытство страной, желание приехать к ней, делать в ней бизнес и вкладывать средства, комфорт и безопасность);

3) Масс–медийный. Это донесение информации о своем государстве благодаря СМИ, телевидению и радиовещанию, особенно Интернет. В этом контексте стоит отметить, что этот компонент включает в себя также формирование бренда страны.

### **1.3. Положительный образ страны как целенаправленная деятельность государственных структур и его роль в современных условиях**

Функционально имидж государства должен решать важные задачи.

Первой задачей является формирование положительного (эффективного) имиджа государства и его структур, а также их эффективной деятельности в обществе. Это означает, что общество, средства массовой информации, политическое руководство должны давать четкий ответ на вопрос, в каком состоянии находится государственный аппарат и степень его функциональной готовности выполнять актуальные политико-управленческие задачи. То есть обществу и государству необходимы, кроме средств массовой информации, специальные органы, которые целенаправленно и профессионально осуществляют бы формирование и закрепление положительного имиджа государства.

Второй задачей является рекламирование государственной службы, государственных институтов. Во многих демократических странах к рекламе государственной службы относятся очень ответственно, рассматривая ее как неотъемлемый элемент работы по обеспечению государственного аппарата необходимыми кадровыми и финансовыми ресурсами.

Третья задача – повышение степени открытости государства перед обществом и решений, которые принимаются в политической, финансовой и информационных сферах. Политические и государственные структуры любого уровня должны систематически обнародовать (а не скрывать) необходимую, полную и объективную информацию о фактической реализации политических планов для принятия своевременных политических решений.

В реальных социально-политических процессах этот контроль представляет собой систему мероприятий, которые обеспечивают своевременное выявление негативных тенденций в жизнедеятельности (функционировании) тех или иных государственных организаций или институтов. Основная цель гражданского контроля заключается в сборе информации относительно проблем, которые назревают, в своевременном определении их основных причин и необходимости реагирования на них, а также в передаче такой информации до инстанций, которые по своему функциональному назначению обязаны принимать соответствующие решения. Сущность гражданского контроля заключается в активной деятельности граждан (как через государство и политические институты,

так и через общественные объединения – ассоциации, комитеты, движения и т. п.), направленной на то, чтобы состояние государства, политических и общественных институтов, их функционирование не противоречило законам и отвечало потребностям и интересам общества.

Четвертая задача заключается в обеспечении политического образования граждан для осуществления эффективного гражданского контроля над государством. Кроме того, это образование будет способствовать качественному формированию основных ветвей власти во время проведения выборов и будет отсеивать популистские намерения различных сил, участвующих в борьбе за власть. Основными задачами политического образования являются: предоставлять объективную информацию о факторы и взаимосвязи политических процессов; формировать политическое сознание, возможность и готовность давать политические оценки; осознавать и защищать собственную позицию в рамках общества и государства; способствовать утверждению основных ценностей свободного демократического общества; способствовать пониманию сущности правил поведения, установленных в обществе, и созданию демократического стиля поведения.

Пятой функцией политического имиджа является патриотическое воспитание граждан, то есть уважение к национальным символам, истории страны, а также поддержка государства.

Положительный образ государства играет важную информационно-воспитательную роль для его граждан, и, в первую очередь, для молодого поколения. От имиджа государства зависит уровень патриотизма граждан, ее авторитет на международной арене.

Брендинг это процесс создания и распространения с помощью международных СМИ бренда страны. Бренд страны – это не просто слоган или ограниченная по времени рекламная кампания. Бренд необходимо понимать, как национальную идею страны, ее интеллектуальную собственность, то есть комплекс мыслей, ощущений, ассоциаций и представлений, которые возникают у человека, когда она видит, слышит название страны или покупает товар,

произведенный в этой стране. Такие характеристики государства как, объем ВВП, политическая система или культура, сегодня становятся определенным видом товара (маркетинговым брендом). Бренд товара – это представление потребителя об определенном товаре, аналогично можно объяснить бренд страны как восприятие (представление) внешним миром определенного государства. Благодаря наличию бренда можно оценивать государства (как товар): агрессивные – миролюбивые, надежные – ненадежные и тому подобное.

Следовательно, информационная составляющая имиджа государства является весьма важным для формирования позитивного имиджа государства. При этом можно сделать вывод, что в данном контексте имидж государства будет прямым образом зависеть от информационной политики государства. Ведь информационная политика государства, в свою очередь создает условия для надлежащего присутствия государства на мировой арене.

Важной составляющей участия государства в современном глобальном мире является ее адекватное информационное представление, способность к наполнению собственного информационного поля, а также к продуцированию экспортного информационного продукта. Информационное поле страны наполняются не зависимо от того в достаточной мере вырабатывается национальный информационный продукт или нет, наполнение информационного пространства государства и удовлетворения информационных потребностей населения, бизнеса и т. д. ограничивается исключительно возможностями информационных сетей.

Государства, могут сформировать собственного мощного информационного поля и удерживать состояние информационной безопасности своей страны, оказываются в неблагоприятных условиях, прежде всего в международных конкурентных соревнованиях за распределение рынков, ресурсов, благосостояния собственного населения, становятся жертвами информационных войн и интервенций. И, вместе с тем, попадают в категорию слабых стран, тем самым формируя себе имидж неконкурентных и невлиятельных стран на международной арене. И наоборот, широкое внедрение новейших информационных технологий,

качественная информационная политика государства является необходимым условием и формирования имиджа государства самим государством. Ведь на сегодняшний день именно информационное представление государства помогает создавать и продвигать бренд страны, способствовать распространению позитивной информации о ней. Вместе с тем, формирование положительного имиджа страны зависит от информационных ресурсов государства и ее эффективной информационной политики. Информационный потенциал государства не только способствует конструированию имиджа государства на международной арене, но и помогает противостоять информационному влиянию со стороны других государств.

В этом контексте целесообразно было бы упомянуть также и о такие явления как информационные войны, информационные интервенции и информационный терроризм, которые непосредственным образом влияют на имидж той или иной страны.

Отдельному гражданину, который живет в современном мире, выработать самостоятельное мнение о такой политической объект, как государство, непросто. Трудности обуславливаются разнообразием жизни в стране, сложностью внутригосударственных и межгосударственных отношений. Телевидение, радио, пресса, интернет могут задавать тон в этом процессе и достаточно мощно влиять на массовое сознание. Пример – информационные войны.

Информационная война представляет собой целенаправленные информационные воздействия, осуществляемые субъектами влияния на мишени (объекты влияния) с использованием информационного оружия для достижения запланированной цели. Под влиянием понимается преимущественно влияние на сознание людей. То есть информационное оружие – специально подготовленная и поданная информация для целевой группы лиц (назовем «пропаганда»). Основное оружие такой «войны» – сообщения средств массовой информации и нетрадиционных источников информации. Целью информационных войн большинстве государств является информационное доминирование над другими государствами. Примеров информационных войн есть много. Достаточно

вспомнить, как в сентябре-октябре 1999 года вся Россия оборонялась от чеченских террористов, которые взрывают дома. Хотя ни одного доказательства причастности чеченцев к взрывам не было. Было другое — желание Масхадова начать переговоры, избежать вооруженного конфликта. Но шла подготовка к вторжению российских войск в Чечню и велось соответствующее информационное обеспечение.

Информационные войны, при наличии соответствующих информационных ресурсов, составляют возможность сформировать положительный имидж своей страны или же способствовать негативному формированию имиджа другого государства. Особая роль в реализации целей информационных войн принадлежит средствам массовой коммуникации, поскольку именно с их помощью создаются и распространяются необходимые имидже.

Другими составляющими информационной сферы, которые влияют на формирование образа любого государства является информационная интервенция и информационный терроризм. Информационная интервенция — это тенденциозная информация, что предусматривает распространение через системы связи субъективных фактов и субъективной информации, которая влияет на общественное мнение и принятие решений в другом государстве.

Информационный терроризм — новый вид террористической деятельности, ориентированный на использование различных форм и методов временного или безвозвратного вывода из строя информационной инфраструктуры государства или ее элементов, а также целенаправленное использование информационной инфраструктуры для создания условий, которые вызывают катастрофические последствия жизнедеятельности общества и государства. Информационная интервенция и информационный терроризм является той частью информационной составляющей формирования имиджа государства, которая позволяет использовать различные манипулятивные средства и приемы в интересах своего государства, а также использовать эти приемы как средства воздействия на других государств или субъектов международных отношений.

Таким образом, вышеуказанная информация позволяет сделать вывод, что имидж государства может формироваться под влиянием многих факторов. Среди них выделяют: публичную дипломатию, PR, СМИ, мировые стандарты и прочее. Однако, анализируя мировые тенденции, стоит отметить, что особое влияние на формирование имиджа того или иного государства занимают современные информационные технологии, в частности интернет. Важным фактором восприятия любого государства на международной арене является также ее прошлое (история, политические отношения и др.), а также современные тенденции развития (особенности развития, тип политического режима и тому подобное). Важным является также то, что имидж любого государства формируется под влиянием не одного, а нескольких факторов. И любой из них в зависимости от того про какую страну мы говорим, может играть главную роль в восприятии и оценке ее имиджа.

Одну из главных ролей в конструировании имиджа государства играет информационная политика государства, которая создает возможности формирования собственного информационного поля. Ведь в современном обществе информация становится тем ресурсом, который позволяет обеспечить своей стране процветание в любой сфере. При этом формирование имиджа государства непосредственным образом зависит от информационной политики государства и возможности формирования собственного информационного поля. Ведь чем более эффективной будет информационная политика государства, тем больше у нее будет возможностей наполнять мировое информационное пространство информацией, которая положительно будет отражаться на ее имидже, а также будет иметь возможность противостоять информационным войнам и интервенциям, и, вместе с тем будет иметь возможность самостоятельно, без внешних воздействий, формировать свой собственный имидж и предупреждать любое негативное искажения информации со стороны других международных акторов.

## **Глава 2. Анализ эволюции внешнеполитического образа Китая на разных этапах развития страны**

### **2.1. Исторический анализ трансформации представлений о Китае на международной арене**

После прихода к власти «пятого поколения лидеров» и вступления на пост председателя КНР 14 марта 2013 г. Си Цзинпина были очерчены новые задачи внешнеполитической стратегии КНР на глобальном и региональном уровнях, в частности, открытие новых возможностей для решения спорных вопросов с Японией, решения «Тайваньского вопроса», поиск путей понимания в различных вопросах двустороннего взаимодействия между Китаем и США. В этой связи усиливается заинтересованность экспертного и научного сообщества к изучению новой роли КНР в мире в связи с изменениями доктринальных и стратегических основ внешнеполитической стратегии страны. Политика «нового интернационализма» привлекает внимание специалистов из ведущих аналитических центров мира. Внешняя политика КНР все больше направляется на поиск партнеров, которые могли бы способствовать воплощению амбициозных планов политической элиты страны о мировое лидерство и поддерживали положение о доминирующей роли ООН и мультиполярность международной системы. Следовательно, актуальность темы исследования современной глобальной стратегии КНР становится безусловной, особенно учитывая довольно неполное освещение данной темы отечественными авторами.

В условиях краха биполярности перед международным сообществом стоит задача по формированию нового мирового порядка. Как и большинство государств на международной арене, Китай столкнулся с проблемой обновления собственных внешнеполитических принципов в связи с потребностью в

определении роли, которую страна может играть в новой системе международных отношений, динамично меняется, в контексте усиления разноуровневых новейших вызовов и угроз. Страна с наиболее динамично растущей экономикой мира и более чем миллиардным населением должна была пересмотреть свою внешнеполитическую стратегию, одним из ключевых задач которой является создание имиджа влиятельной глобальной и региональной державы на международной арене.

Китайские политические лидеры фактически реконструировали имидж страны, пока образ государства имеет дуалистический характер, а именно: с одной стороны, Китай – государство, которое пытается быть региональным лидером в Азиатско-Тихоокеанском регионе (далее – АТР) и пытается усилить свои позиции в глобальной системе международных отношений, а с другой, – Китай стремится закрепить за собой статус потенциально ответственной мировой мощи на международной арене, которая способна принимать активное участие в процессах глобального управления региональными/интеррегиональными проектами, быть активным субъектом международных отношений, который является формируемым фактором нового миропорядка, новой системы безопасности и сотрудничества.

Образ Китая на современном этапе развития имеет ряд особенностей, связанных со стремительным экономическим развитием и значительным ростом влияния Китая на мировую политику. Умеренная международная стратегия Пекина, тенденции к сохранению темпов экономического роста открывают перед Китаем новые рычаги геополитического и геоэкономического влияния. Происходят существенные изменения в восприятии международным сообществом внешнеполитических приоритетов Пекина и стратегии национального развития Поднебесной.

Реализация задач внешней политики и политики безопасности, с позиции китайского руководства, невозможна без усиленного экономического развития и модернизации всех сфер производства, которые определены как основные приоритеты национального развития страны. В этой связи важно отметить, что

еще в период после Культурной революции инициатор экономических реформ Дэн Сяопин утверждал, что фактически все проблемы, с которыми столкнулся Китай, будут решены благодаря экономическому развитию.

Возвращаясь к первому образу государства, стоит отметить, что он основывается на стремлении КНР четко очертить зону собственной геополитической ответственности. Пекин не стремится стать в перспективе единственным в мире глобальным гегемоном, однако настаивает на четком разграничении зон влияния. Среди государственных лидеров Китая бытует мнение, что Китай имеет все основания для того, чтобы распространять свое влияние на мировую политику и достаточные рычаги геополитического и геоэкономического влияния, включая постоянное членство в Совете Безопасности ООН, самая большая численность населения в мире и наличие ядерного оружия.

Политическое руководство Китая постоянно призывает мировое сообщество к формированию многополярного мирового порядка, где он представлял бы один из центров силы, решительно противодействуя гегемонизму. Однако настроения в правительстве несколько разнятся. Отдельные чиновники не исключают в перспективе превращение страны в мировую мощь. Свои мысли они подкрепляют суждением о том, что значительные территориальные размеры, растущая численность населения и процессы догоняющей модернизации позволят КНР в перспективе занять ведущее место среди крупнейших экономик мира.

Стремление КНР стать мировой державой подкрепляется желанием играть еще более значительную роль в процессах глобализации и регионализации, что возможно лишь при условии «реконструкции» китайской нации в XXI веке, сделав ее сильной и богатой. Вопрос "реконструкции" тесно связан с имперским прошлым китайской нации. Проявлением «реконструкции» сегодня является пространственная, социально-экономическая и культурная экспансия Китая в другие страны и регионы мира.

Однако экспансия Китая никоим образом не основывается на использовании средств силы, более того, одним из столпов нового образа государства является то, что деятельность Пекина на международной арене

полностью коррелируется с нормами международного права, тем самым Республика демонстрирует уважение для общепризнанных принципов мирного сосуществования, что безусловно положительно сказывается на имидже государства в мире.

На основании анализа современных китайских научных разведок, можно утверждать, что современный имидж КНР основывается на таких выходных тезисах:

- необходимость ускорения экономического развития в лоне суждений Дэн Сяопина, что необходимо для политического развития не только внутри государства, но и для реализации ее интересов национальной безопасности на международной арене; при этом международная реакция на действия китайского руководства будет учитываться только до того времени, пока вопросы, которые беспокоят мировое сообщество, не составят угрозу суверенитету и целостности КНР;
- очерчивание круга друзей и врагов КНР, последние – в основном страны, которые пренебрегают международно-правовым принципом – уважением к территориальной целостности государства (к сведению, США в этом списке занимают одну из первых позиций);

Китай будет реализовывать собственную глобальную стратегию с уважением к нормам международного права и в соответствии с взятыми им обязательствам в рамках членства в различных международных организациях.

Необходимость реализации глобальной стратегии не исключает стремление КНР на полномасштабную имплементацию собственных региональных/интеррегиональных инициатив. Потребность в сочетании глобальных и региональных интенций и демонстрирует дуалистическое мышление китайской политической элиты, которая очень осторожно подходит для принятия того или иного решения, когда речь идет о взятии на себя глобальной ответственности за решение судьбы отдельной страны или региона, о чем свидетельствует поведение КНР в работе Совета Безопасности ООН, где она, как известно, является постоянным членом.

Концентрация внимания политического руководства на реализации региональных амбиций позволяет иногда скрыть его глобальные намерения и осуществить определенные эффективные шаги на пути реализации внешнеполитического курса государства, при этом удастся на некоторое время отвлечь внимание ведущих геополитических потуг мира от действий Поднебесной. Эта стратегия ярче всего описывает процесс становления Китая как влиятельной мировой потуги.

В условиях постбиполярности большинство государств мира сконцентрировали свое внимание на создании благоприятной международной среды с целью достижения целей модернизации национального развития и проведения эффективных экономических реформ. Китай не представляет исключения. Политическая элита КНР достаточно тщательно начала изучать влияние внешней среды на страну и регион ее ближайшего окружения уже в начале первого десятилетия XXI века. Указанный фактор был учтен и при конструировании официального образа государства как глобальной потуги с региональными амбициями в условиях многополярности, что формируется.

Ссылаясь на экспертные оценки китайских специалистов, датированных началом 90-х годов, можно утверждать, что после распада Советского Союза и крушения биполярной системы международных отношений, политическое руководство КНР, реализуя собственную внешнеполитическую стратегию, исходило из того, что международный порядок, в условиях которого США – единственная сверхдержава – будет явлением временным и просуществует, возможно, одно или два десятилетия, и будет заменен другой моделью миропорядка, основанного на многополярности, которая предполагает появление на международной арене нескольких центров регионального притяжения, в частности таких как: Китай, Япония, Европа и Россия, которые будут представлять собой независимые «полюса», которые будут бросать вызов американской мощи и амбициям. Официальный Пекин утверждает, что переход к многополярности является неизбежным, ведь в нем заинтересованы ведущие

центры силы в мире, более того, этот порядок полнее соответствует реалиям XXI века.

Со II половины 90-х гг. XX в., когда Китай официально провозгласил о своих глобальных амбициях, идея многополярности была положена в основу видения Пекином будущего международного порядка. В подтверждение этого в своей речи в Гарвардском университете в 1998 г. генерал Сюн Гуанкай, заместитель главы Генерального Штаба Национально-освободительной Армии КНР (НОАК), заявил: «Любые попытки в стремлении к гегемонизму и мирового доминирования могут только привести к нарастанию противоречий и подстрекательство к войне. И только продвижение такого тренда, как сосуществование многополярности может принести нам мир и процветание».

Процесс формирования многополярности китайские эксперты связывали прежде всего с упадком США и выходом на мировую авансцену других влиятельных геополитических потуг, в частности ЕС. Некоторые китайские авторы, исследуя возрастающую роль Европы в многополярном мире, что формируется, рассматривают сближение могучей Европы и Азии через Форум «Азия-Европа» (ASEM). Ведь процесс институционализации Форума в перспективе создаст предпосылки для постепенного вытеснения США за пределы двух международно-политических регионов и потери Вашингтоном контроля над жизненно важными для интересов его национальной безопасности регионами.

После войны в Косово и бомбардировки силами НАТО посольства КНР в Белграде значительная часть китайских аналитиков и чиновников пришли к выводу, что переходный период к многополярности займет больше времени, чем предполагалось, следовательно, США пока остаются на вершине современного международного порядка как единственная безальтернативная сверхдержава. В августе 1999 г. тогдашний президент Китая Цзян Цземин отметил, что «процесс мультиполяризации будет сложный, обозначенный зигзагами», в то же самое время заявляя, что эта тенденция неизбежна.

Одной из причин увеличения хронологических рамок переходного периода китайские эксперты видели в том факте, что США объективно все еще были

единой могучей державой в мире. Позиции США только усиливались на международной арене, а могущество (политическая, экономическая, военная и др) росла, чему способствовали прежде всего внешние факторы. Среди китайских аналитиков бытует мнение, что второй причиной, которая сдерживала процесс перехода от однополярности к многополярности, было то, что США любыми средствами, иногда даже вопреки международному праву, пытались укрепить свое лидерство в мире. Третьей причиной была все еще несостоятельность других ключевых геополитических потуг, включая ЕС, противостоять США. Осознавая неизбежность торможения процесса перехода к мультиполярному и принимая во внимание прогностические оценки развития США, которые засвидетельствовали лишь дальнейшее укрепление потенциала США, китайские аналитики отмечали, что современная ситуация не означает, что Вашингтон будет способен в дальнейшем удерживать первенство в мире и быть одним-единственным гегемоном в мире. Тенденция сохранения однополярности является явлением временным, следовательно, переходное состояние можно считать первым шагом к построению новой архитектуры современной системы международных отношений. Многополярный мировой порядок, с точки зрения китайских аналитиков, характеризуется анархичностью связей между элементами системы международных отношений, а следовательно, создает надлежащие предпосылки для проявления глобальных амбиций региональных потуг. Именно при таких условиях могут быть защищены интересы национальной безопасности КНР и реализованы задачи глобальной стратегии Пекина и, безусловно, его региональные амбиции. Внешняя среда таким образом, в условиях многополярности будет способствовать эффективной имплементации задач национального развития страны.

Среди китайской политической элиты бытует мнение, сущность которой заключается в том, что формирование многополярности будет иметь такие последствия для государства, в частности:

(1) существование нескольких центров силы приведет к изменению международного режима и реформатированию зон геополитической

ответственности (большинство китайских ученых считает, что статус гегемона в Восточной Азии Китай разделит с Японией, но при этом Пекин не откажется от остальных своих региональных и глобальных амбиций);

(2) изменение формата глобального управления региональными проектами путем модификации структуры принятия решений прежде всего на интеррегиональном уровне, на котором Китай играет и будет играть значительную роль.

Завершая анализ современных исследований, целесообразно вспомнить слова бывшего китайского президента Ху Цзиньтао во время его первого зарубежного визита в Москву в марте 2003 года: «Народы стран мира, призываю вас прилагать значительные усилия в деле становления и формирования справедливого нового международного политического и экономического порядка, который по своей природе должен быть многополярным». Указанный порядок, с позиции китайских аналитиков, должен удовлетворить потребности Китая в реализации задач национального развития как внутри страны, так и на международной арене и будет способствовать реализации глобальной стратегии и региональных и интеррегиональных инициатив/проектов.

Рассмотрение проблематики было бы неполным без определения приоритетов глобальной политики КНР после прихода к власти «пятого поколения лидеров» в марте 2013 г. в результате завершения работы первой сессии 12-го созыва Всекитайского собрания народных представителей. Как планировалось, депутаты утвердили на посту председателя КНР Си Цзинпина. Премьер-министром стал Ли Кэцян. Они оба, как и их предшественники, будут занимать должности два срока. То есть 10 лет. В последний день сессии перед депутатами и журналистами впервые с программной речью выступил Си Цзинпин, который был избран на пост председателя КНР 14 марта 2013 г. Он в частности призвал народ к единству, пообещал бороться с неравенством и коррупцию и заявил, что будет бороться за «великое возрождение китайского народа».

Ведущий отечественный ученый Л.А. Лещенко утверждает, что «заявления о «великое возрождение китайского народа» свидетельствуют о том, что Китай

уверенно становится на путь развития как великая мировая держава. Она наращивает этот потенциал, и в то же время надо иметь в виду особенности внешней политики этой страны. То есть они не будут вмешиваться в внутренние дела других стран. Это их характерная черта – они не навязывают какие-то политические режимы. Больше всего, что их интересует, – развитие внутренней экономики, подъем Китая и создания внешнеполитических условий именно для развития этой страны, подъема благосостояния». В своем интервью газете «День» отечественный ученый раскрыл собственное видение дальнейшего развития китайско-российского взаимодействия. «Китай имеет очень хорошие отношения с Россией, особенно в рамках экономического и политического сотрудничества.

Китай очень заинтересован в том, чтобы получать от России определенные технологии, энергоносители для обеспечения развития собственной экономики. Китай много закупает российской военной техники и достаточно умело использует это для собственных военных разработок. Противоречия между Китаем и Россией, в перспективе, могут возникнуть, например, территориальные. Это может быть нелегальная иммиграция, которая есть, и, видимо, усиливается в связи с тем, что на Дальнем Востоке России уменьшается количество населения. А в Китае очень много населения, и оно нелегально перекочевывает сроком где-то на месяц и там растворяется на просторах Сибири. Эта нелегальная иммиграция будет расти, и очевидно, что это будет иметь какие-то последствия», – отмечает Л.А. Лещенко.

Вполне вероятно, что внешняя политика лидеров «пятого поколения» станет более наступательной, при этом в своей глобальной стратегии Пекин будет использовать преимущественно средства «мягкой силы».

В ближайшее время Китай конкретизирует цели собственной глобальной стратегии, среди которых: Китая создать имидж ответственного государства, которое стремится развеять обеспокоенность соседей; создать прочную систему региональной безопасности на базе Шанхайской организации сотрудничества; пересмотреть отношения с Индией и определить их как своеобразный союз против воинствующего ислама; укреплять и в дальнейшем приграничные связи со

странами Центральной Азии; обеспечить страну поставками нефти из Казахстана, РФ с тем, чтобы уменьшить зависимость от стран Персидского Залива, где присутствие США и их союзников сдерживает поставки в КНР.

Итак, на основании проведенного анализа можно утверждать, что потребность в единении глобальных и региональных интенций КНР на международной арене обусловлено дуалистическим мышлением новой китайской политической элиты, с одной стороны, Китай – государство, которое пытается быть региональным лидером в АТР, а с другой – Китай стремится закрепить за собой статус потенциально ответственной мировой мощи на международной арене, которая способна принимать активное участие в процессах глобального управления региональными/интеррегиональными проектами и влиять на формирование нового мирового порядка, что тяготеет к многополярности. В перспективе при исследовании глобальной стратегии КНР целесообразно обратить внимание на вызовы и угрозы на пути реализации внешнеполитических приоритетов «пятого поколения лидеров» в условиях формирования нового мирового порядка – мульти-регионализму.

## **2.2. Эволюция общественного мнения о Китае на разных этапах развития страны**

Восприятие играет неизгладимую роль в международной политике. Политики должны воспринимать и предвидеть как угрозы, так и возможности. Общественное мнение может повлиять на ход политики. Поскольку мир становится все более взаимосвязанным, необходимо учитывать, как воспринимается Китай и каковы его последствия для глобального влияния Китая. Опрос общественного мнения предоставляет окно в понимание популярных взглядов и настроений. Опросы общественного мнения переводят настроения людей в количественные данные. Таким образом, можно проследить длительное влияние международной политики на восприятие Китая.

Виды Китая через Азиатско-Тихоокеанский регион.

Исследование, проведенное в 2018 году Центром Пью, в котором были опрошены 26 стран, спросил участников, имеют ли они благоприятное или неблагоприятное мнение о Китае. Взгляды Китая в Азии значительно различались. На одном конце спектра региональные державы, такие как Россия, обладали высокой степенью одобрения по отношению к Китаю (65 процентов). С другой стороны, Япония придерживалась одного из наименее позитивных взглядов на Китай, и только 17 процентов населения смотрели на Китай положительно.

Новейшая история помогает объяснить эту разницу. С 2002 года Россия неизменно придерживалась положительного взгляда на Китай - в среднем 64 процента в период с 2002 по 2018 год. Аналогичным образом, Китай исторически придерживался положительного взгляда на Россию. Экономические и политические аспекты китайско-российских отношений могут играть роль в этих рейтингах благоприятствования. Китай был крупнейшим торговым партнером России в 2017 году: Россия импортировала 43,8 миллиарда долларов китайских товаров, что почти вдвое больше, чем у Германии (27,2 миллиарда долларов) - второго по величине источника импорта России. Ожидается, что к 2020 году китайско-российская торговля превысит 200 миллиардов долларов.

У двух стран также есть взаимовыгодные потребности в энергии и безопасности. В мае 2014 года Китай и Россия подписали соглашение на 400 миллиардов долларов на поставку природного газа из Сибири в Китай. В 2016 году Россия обогнала Саудовскую Аравию и в настоящее время является крупнейшим поставщиком сырой нефти в Китай. Как постоянные члены Совета Безопасности ООН, обе страны продемонстрировали общие политические интересы по спорным вопросам безопасности, такие как Ирак (2002 г.), Иран (2006 г.), Судан (2012 г.), Зимбабве (2008 г.), Ливия (2011 г.) и Сирия (2011–2017 годы).

Япония сохраняет негативные взгляды на Китай, несмотря на высокий уровень экономической взаимосвязанности. Трения по поводу торговли, такие как ограничения Китая на экспорт редкоземельных материалов в Японию в 2012 году, территориальные споры из-за островов Сенкаку / Дяоюю и сохраняющаяся

историческая вражда, являются ключевыми областями, которые способствовали негативному отношению Японии к Китаю.

Данные Пью показывают резкое снижение взглядов Японии на Китай за последние полтора десятилетия. В 2002 году более пятидесяти процентов японцев чувствовали себя положительно по отношению к Китаю, но к 2013 году эта цифра упала до 5 процентов. Несмотря на недавние диалоги на высоком уровне между политическими лидерами Китая и Японии, взгляд Японии на Китай в 2018 году согрелся только до 17 процентов. Эта тенденция была подтверждена НКО Genron, которая наблюдала, что в 2014 году благоприятство Японии по отношению к Китаю достигло 6,8 процента, прежде чем улучшение незначительно до 13,1 процента в 2018 году.

Эта крайняя изменчивость в благоприятности не уникальна для Китая. В то время как Япония в целом является самой уважаемой страной в регионе, благосклонность к Японии также разнообразна. Средняя благоприятность Японии в регионе составила 76 процентов в 2017 году по сравнению с 34 процентами в Китае. Данные Пью показывают, что в то время как Филиппины и Вьетнам рассматривали Японию с благоприятной оценкой 82 и 76 процентов, Китай и Южная Корея имели исключительно низкую благоприятную оценку Японии - 14 и 31 процент, 1 соответственно. Согласно отчету Pew, в котором анализировались региональные представления о Японии, эти минимумы, вероятно, являются результатом воспоминаний, связанных с действиями имперской Японии во время войны на Тихом океане.

Восприятие китайского влияния играет важную роль в том, как рассматривается Китай. В случае США экономическая мощь Китая была названа источником беспокойства, особенно в связи с усилением торговых трений между двумя странами в последние годы. В 2018 году только 38 процентов американцев положительно относились к Китаю по сравнению с 44 процентами в 2017 году. Кроме того, 58 процентов опрошенных Пью полагали, что экономическая мощь Китая представляет собой большую угрозу, чем его военная мощь, по сравнению с 52 процентами в Китае. предыдущий год По словам Гэллапа, 40 процентов

американцев считают экономическую мощь Китая критической угрозой жизненно важным интересам США.

На Тайване существуют серьезные опасения в отношении материкового Китая. Согласно опросу 2018 года, проведенному Ассоциацией по политическим вопросам пролива, почти 80 процентов респондентов на Тайване считают, что Китай «недружелюбен к Тайваню». Другое исследование показало, что впервые за последние годы больше людей на Тайване видят Китай в благоприятном (48,8 процента), чем в неблагоприятном (43,9 процента) свете.

Скептицизм в отношении Китая растет в Гонконге, где доверие к центральному правительству Пекина среди гонконгцев упало с 41,8 процента в 2010 году до 33,9 процента в 2018 году. За тот же период процент респондентов, которые были уверены в будущем Китая, снизился с более чем 80 процентов всего 61 процент.

Страны Азии также обеспокоены военной мощью Китая. Пью обнаружил, что большинство респондентов на Филиппинах, во Вьетнаме, Японии, Южной Корее, Австралии и Индии считают растущую военную мощь Китая «плохой вещью» для своей страны. 6-й совместный опрос общественного мнения Японии и Южной Кореи показал, что в 2018 году почти половина южнокорейских респондентов рассматривала Китай как серьезную военную угрозу. Аналогичные мнения наблюдаются среди японцев, причем 45,7% населения рассматривают Китай как военную угрозу.

Однако страны Азии - не единственные, кто обеспокоен растущей военной мощью Китая. В 2016 году опрос Gallup показал, что 87 процентов американцев согласны с тем, что военная мощь Китая представляет угрозу для жизненно важных интересов США. Подобная тема была затронута в отчете Азиатской исследовательской сети за 2017 год. На вопрос, является ли США наиболее влиятельным в Азии, с этим согласились только 11 процентов австралийцев, 14 процентов японцев и 31 процент южнокорейцев. Для сравнения, 72 процента австралийцев, 42 процента японцев и 59 процентов южнокорейцев согласились, что Китай был самым влиятельным игроком в Азии.

Виды Китая со всего мира.

Рост Китая вызвал ряд реакций со всего мира. Некоторые страны скептически относятся к растущему международному влиянию Китая, в то время как другие видят в Китае источник экономических возможностей. В этом вопросе рассматривается вопрос об благоприятном положении Китая в трех ключевых регионах: Африке, Европе и Латинской Америке.

Африка. Согласно Пью, взгляды Китая на Африку в целом положительны - в 2018 году в 4 опрошенных странах в среднем отмечалось 62 процента положительных отзывов. Этот позитив соответствует более широкой тенденции за последнее десятилетие, в которой средняя положительная оценка среди африканских государств составила 66 процентов. были опрошены. Из африканских стран, опрошенных в 2018 году, Тунис (70 процентов), Кения (67 процентов) и Нигерия (61 процент) придерживались не только самых благоприятных взглядов Китая на Африку, но и некоторых самых позитивных взглядов на Китай в мире.

Китайские инвестиции по всему континенту могут частично объяснить это в целом положительное мнение. За последнее десятилетие Китай вложил в Африку больше денег, чем любая другая страна. Согласно официальным правительственным данным, объем прямых иностранных инвестиций Китая (ПИИ) в Африку увеличился с 317 миллионов в 2004 году до 4,1 миллиарда в 2017 году, но фактический показатель вполне может превзойти официальные цифры.

Отвечая на вопрос Афробарометра 2016 года, было ли влияние Китая положительным или отрицательным, подавляющее большинство африканцев оценили растущее влияние Китая в своей стране как положительное. Это влияние обычно принимает форму инвестиционных проектов, а в некоторых странах, как представляется, существует слабая корреляция между китайскими инвестициями и восприятием Китая. Например, в Тунисе в последние годы наблюдается рост экономической активности в Китае. Объем торговли между двумя странами в 2017 году увеличился до 1,5 миллиарда долларов, а импорт Китая из Туниса увеличился на 42 процента. Тунис также присоединился к инициативе «Пояс и

дорога». Поддерживаемые Китаем инфраструктурные проекты в Тунисе включают в себя развитие южного тунисского порта Сарзис, новую 140-километровую железную дорогу, соединяющую Сарзис и Габес, а также новый автомобильный завод.

Нигерия также получила значительные китайские инвестиции. С 2005 года Нигерия получила больше инвестиций из Китая (50 миллиардов долларов), чем любая другая африканская страна. Влияние китайских инвестиций также материализовалось в Нигерии. В январе 2017 года Пекин объявил, что инвестирует 40 миллиардов долларов в нигерийские инфраструктурные проекты - в тот же день официальные лица в Абудже подтвердили признание страной политики «один Китай».

Однако в некоторых случаях китайские инвестиции не соответствовали позитивному восприятию. И Египет, и Алжир были объектом значительных инвестиций со стороны Пекина, однако обе страны имеют менее чем 40-процентное одобрение по отношению к Китаю. Тревожные признаки для Китая появились в другом месте. Пью заметил, что в 2017 году Гана имела гораздо более низкое мнение о Китае, чем два года назад. В 2015 году Гана удерживала самые высокие оценки Китая в мире при 80-процентном одобрении, но это число резко упало до 49 процентов в 2017 году. Несмотря на ведущие инвестиции в Кению, такие как недавно открытая 300-мильная железная дорога, простирающаяся от Найроби до Момбасы, мнения в восточноафриканском государстве упали на 3 процентных пункта в период с 2015 по 2017 год. Причины этих провалов являются сложными, но некоторые ссылаются на наводнение некачественных китайских товаров на внутренних рынках и отсутствие возможностей трудоустройства, создаваемых китайскими инвестициями для местного населения как отметки против общего имиджа Китая.

Европа. Как данные опросов Pew, так и ВВС показывают, что восприятие Китая в Европе в целом негативно. Данные Пью показывают, что в последнее время взгляды немного ухудшились: средняя благоприятность в 43 странах по 11 странам - на 1 процент по сравнению с 2017 годом. Это небольшое снижение

благосклонности к Китаю сопровождалось резким снижением восприятия Америки. В период с 2016 по 2017 год благосклонность Америки снизилась в 8 из 11 опрошенных европейских стран, что может отражать опасения по всему континенту о снижении лидерства США по ключевым транснациональным вопросам, таким как выход из Парижского соглашения.

В опросе 2018 года Великобритания придерживалась самого высокого мнения о Китае в регионе (49 процентов), что может быть следствием растущих экономических связей между двумя странами. Китайские инвестиции в Великобританию выросли более чем вдвое: с 9,2 млрд долларов в 2016 году до 20,8 млрд долларов в 2017 году. Великобритания и Китай также обсудили возможность заключения торговой сделки в случае выхода Великобритании из Европейского Союза.

Китай также вложил значительные средства в Грецию, которая в 2018 году занимала третье место в рейтинге Китая (43 процента). В июне 2017 года Государственная сетевая корпорация Китая приобрела 24 процента акций греческого оператора сети ADMIE. Продолжающийся приток китайского капитала может принести Китаю политическую выгоду - в 2017 году Греция наложила вето на единое заявление, которое должно было быть выпущено ЕС. осудить нарушения прав человека в Китае.

Согласно данным опроса BBC 2017 года, у Испании (15 процентов), Германии (20 процентов) и Франции (35 процентов) самое низкое мнение о Китае в Европе. Пью наблюдал также низкую благоприятность в отношении Китая со стороны этих трех стран.

### Favorability of China Among Key E.U. States (%)

Country	Pew (2018)	BBC (2017)
United Kingdom	49	37
France	41	35
Germany	39	20
Spain	42	15
Greece	43	37

Pew Research Center, BBC World Service

Причины этого негатива широки, но в случае Германии экономика может сыграть свою роль. Например, поглощение немецкого производителя робототехники KUKA в 2016 году китайской Midea Group вызвало обеспокоенность тем, что покупка предоставит Китаю доступ к ключевым технологиям, которые могут сделать китайские фирмы более конкурентоспособными по сравнению со своими конкурентами в Европе. Приобретение также привлекло внимание к нежеланию Китая открыть свой внутренний рынок для иностранных инвестиций. Через год Германия стала первым Е.У. член ужесточить контроль над иностранными поглощениями. Это также помогло подготовить совместное предложение с Францией и Италией для Европейской комиссии в сентябре 2017 года, которое может ограничить способность Китая покупать европейские компании в ключевых отраслях промышленности.

Латинская Америка. Хотя рост китайских ПИИ в Латинскую Америку, возможно, улучшил их восприятие в прошлом, эти инвестиции, возможно, больше не приносят дивидендов. Три страны Латинской Америки, опрошенные Pew в 2018 году - Бразилия, Мексика и Аргентина - все сообщили о негативном отношении к Китаю. Хотя Бразилия была основным региональным направлением для ПИИ Китая с 2005 года, только 49 процентов бразильских респондентов придерживались положительного мнения о Китае, что ознаменовало самые позитивные мнения среди опрошенных стран.

## Views of China Among Key Latin American States

Country	Chinese FDI Stock in Country (\$bn)	Favorable View of China in 2015 (%)	Favorable View of China in 2018 (%)
Brazil	64.89	55	49
Argentina	28.75	53	41
Mexico	2.84	47	45

Pew Research Center, China Global Investment Tracker

В дополнение к добыче ресурсов, которая привлекла значительную часть китайских инвестиций за последнее десятилетие, Пекин начал изучать другие сектора в регионе. Например, бинарный бразильско-китайский фонд, созданный в 2015 году, планирует инвестировать 20 млрд долларов в инфраструктурные проекты. Перспективные проекты включают долгожданную «зерновую железную дорогу», которая свяжет бразильские внутренние производственные мощности с портами, которые имеют связи с Китаем. Однако есть признаки того, что Бразилия и другие страны региона с подозрением относятся к инвестициям Китая. В 2018 году президент Бразилии Жаир Болсонаро заявил, что «Китай не покупает в Бразилии. Он покупает Бразилию».

За исключением Бразилии, данные Pew за 2018 год показывают, что взгляды Китая на Латинскую Америку более благоприятны, чем взгляды США. Этот сдвиг может быть, как результатом стремления Китая усилить свое влияние в регионе, так и отсутствием американского лидерства. Выход президента Трампа из Транстихоокеанского партнерства и его угрозы пересмотреть Североамериканское соглашение о свободной торговле подняли вопрос о текущей роли Америки в регионе. С другой стороны, Китай пытался создать себе имидж в качестве активного партнера в усилиях по развитию. Китай не только пообещал увеличить свои региональные инвестиции до 250 миллиардов долларов к 2025 году, но и банки развития Китая в настоящее время предоставляют больше средств латиноамериканским странам, чем все западные банки вместе взятые.

Аргентина, Чили, Перу и Венесуэла также получили перспективное членство в Азиатском инвестиционном банке, возглавляемом Китаем, и Бразилия имеет перспективный статус основателя.

Поскольку рост Китая продолжает способствовать формированию международного порядка, важно оценить не только то, как другие страны смотрят на Китай, но и то, как китайцы видят свою собственную страну. За последние 10 лет исследования Pew показали, что в среднем 95 процентов китайцев придерживаются положительного мнения о Китае.

Взгляды на внутренние проблемы показывают, что большинство китайцев с оптимизмом смотрят на силу и влияние своей страны. По словам Пью, 67 процентов китайской общественности в 2015 году полагали, что Китай в конечном итоге превзойдет Соединенные Штаты в качестве ведущей мировой сверхдержавы. Тот же опрос показал, что только 16 процентов считают, что Китай никогда не заменит США в качестве сверхдержавы.

Китайцы также оптимистично настроены в отношении характера влияния Китая за рубежом. Из числа китайских респондентов, принявших участие в опросе «Азиатский барометр» 2011 года, 97 процентов считают, что Китай оказал положительное влияние на регион<sup>2</sup>. Согласно опросу ВВС, проведенному в 2017 году, это убеждение распространяется во всем мире, причем 88 процентов китайцев считают, что Китай оказывает положительное влияние на мир. Только 10 процентов опрошенных считают, что растущее глобальное влияние Китая негативно.

Доверие китайцев отражается в их одобрении центрального правительства, хотя трудно судить о достоверности этих данных, тем более что многие китайцы могут опасаться выразить критические взгляды своих лидеров и правительства. В опросе Pew Global Attitude 2014 года 92% китайцев выразили уверенность в Си Цзиньпине. Этот абсолютный рейтинг одобрения был отражен в опросе 2014 года, проведенном в Гарвардском университете, который показал, что 94,7% китайцев выразили уверенность в способности Си решать внутренние дела, а 93,9% были уверены в том, что Си занимался международными делами. Тем не менее, есть

некоторые признаки того, что экономический спад в Китае может ослабить энтузиазм Китая. Опрос, проведенный в 2015 году в Гэллапе, показал, что в годовом исчислении китайцы считают, что их уровень жизни улучшается на 9 процентов (85-76 процентов).

### **2.3. Особенности внешнеполитического образа Китая в современных условиях развития государства**

Недавний опрос, проведенный Всемирной службой Би-би-си, показывает, что международный имидж Китая не так велик во всем мире. Хотя в этом году международный имидж Китая разделен поровну (42 процента против 42 процентов) между теми, кто считает влияние Китая позитивным, и теми, кто считает его негативным, имидж Китая в Японии и Южной Корее (двух самых важных азиатских соседях Китая) довольно негативно. В Южной Корее только 32 процента южнокорейцев имеют позитивное восприятие Китая, тогда как 56 процентов из них негативно воспринимают Китай. В Японии картина выглядит ужасно, поскольку только 3 процента (рекордно низкого уровня) японцев придерживаются позитивного отношения к Китаю, тогда как 73 процента считают Китай негативным влиянием в Азии.

Однако имидж Китая в Африке и Латинской Америке довольно позитивный. Все три опрошенные африканские страны имеют очень высокий уровень позитивного отношения к Китаю: 85 процентов в Нигерии, 67 процентов в Гане и 65 процентов в Кении. Из всех четырех опрошенных латиноамериканских стран только Мексика имеет более негативные взгляды, чем позитивные взгляды на Китай (40 процентов против 33 процентов); остальные три страны в основном позитивно оценивают Китай (Перу 54 процента против 24 процентов; Бразилия 52 процента против 29 процентов; Аргентина 45 процентов против 20 процентов). Еще один интересный вывод о международном имидже Китая состоит в том, что большинство развитых стран негативно относятся к Китаю, за исключением Великобритании (49 процентов против 46 процентов) и Австралии (47 процентов

против 44 процентов). Особенно озадачивает Германия, которая положительно относится к Китаю только на 10 процентов против 76 процентов отрицательных взглядов на Китай. Это может не удивлять, поскольку большинство развитых стран являются демократическими государствами, и они часто весьма критически относятся к отсутствию в Китае проблем демократии и прав человека.

Естественный вопрос, который можно задать: «Заботится ли Китай о своем международном имидже?» Из-за недавних напористых действий Китая (здесь и здесь) в Восточно-Китайском и Южно-Китайском морях может показаться, что Китай не беспокоится о своем имидже среди своих азиатских соседей. Но это несовместимо с усилиями Китая в последние годы по укреплению его мягкой силы и формированию позитивного национального имиджа во всем мире. Таким образом, загадка заключается в следующем: если Китай заботится о своем международном имидже, почему Китай ведет себя так, что наносит ущерб своему собственному национальному имиджу? Это законный вопрос, учитывая некоторые свидетельства того, что многие в Азии сейчас считают Китай большим хулиганом.

Существует три возможных объяснения кажущейся несоответствия между национальными кампаниями за имидж Китая и его недавним напористым поведением. Во-первых, может случиться так, что Китай по-настоящему не воспринимает идею национального имиджа или мягкой силы. Согласно реалистической логике, которая доминирует в Китае, в международной политике действительно важна материальная сила; Кроме того, мягкая сила часто является побочным продуктом материальной силы. Таким образом, китайское руководство могло бы принять идею «лучше бояться, чем любить» в международной политике. Если это и есть причина, стоящая за внешней политикой Китая в последние годы, то неудивительно, что Китай ощущает небольшую потребность в продвижении своего национального имиджа.

Вторая причина может заключаться в том, что Китай заботится о своем национальном имидже, но проблема в том, что Китай неопытен или даже неуклюж в продвижении своего национального имиджа. Действительно, в

последние годы Китай вложил много ресурсов в свою «публичную дипломатию», которая дала неоднозначные результаты. Подумайте только, сколько денег Пекин потратил на Пекинскую Олимпиаду 2008 года для продвижения позитивного имиджа Китая. Совершенно очевидно, что Пекин действительно хочет представить международному сообществу позитивный и мирный национальный имидж. Тем не менее, вполне возможно, что чиновники в Китае, отвечающие за продвижение национального имиджа, некомпетентны, или нет координации между различными министерствами и субъектами, такими как министерство иностранных дел и военные. Например, министерство иностранных дел наконец выпустило документ с изложением позиции по кризису на нефтяной платформе 981 года после того, как прошел месяц. Хотя это полезно, возникает вопрос, почему Китай не мог сделать это раньше. Теперь ущерб уже нанесен. Кроме того, Китай утверждает, что вьетнамские суда таранили китайские суда более 1400 раз, но было бы гораздо убедительнее, если бы Китай выпустил видео, показывающее, как вьетнамские суда таранили китайские корабли. Есть много других примеров, подобных этому, предполагающих, что государственная дипломатия Китая должна быть более умелой и изощренной, если она собирается завоевать международное общественное мнение.

Наконец, пренебрежение Китаем своим национальным имиджем можно объяснить стратегией рационального выбора, которая ставит национальные интересы перед национальным имиджем. Таким образом, Китай заботится о своем национальном имидже, но больше заботится о национальном суверенитете и территориальной целостности. Будучи вынужденным выбирать между суверенитетом и национальным имиджем, Китай будет выбирать суверенитет - и любая другая страна будет делать то же самое. Как заявил Си Цзиньпин ранее в этом году, Китай никогда не пожертвует своими основными национальными интересами, независимо от обстоятельств. С этой точки зрения национальный имидж становится второстепенным по сравнению с территориальной целостностью.

Короче говоря, Китай прилагает искренние усилия по продвижению своего национального имиджа международному сообществу, если такие усилия не ставят под угрозу основные национальные интересы Китая. В то же время Китай также должен осознавать, что есть возможности для улучшения, когда дело доходит до того, как Китай обрабатывает свой национальный имидж. Повышение прозрачности и более быстрое реагирование на кризисы могут иметь большое значение для улучшения связи Китая с другими странами.

В течение последних нескольких недель Китай активно помогает другим государствам в борьбе с коронавирусом: заполняет самолеты китайскими медиками, тоннами медицинских масок, наборами для тестирования и аппаратами искусственной вентиляции легких и отправляет в разные страны мира. Но все это – не просто жест доброй воли, но и дипломатический ход, объясняют эксперты.

12 марта в Италию из Китая прибыл самолет с несколькими десятками тонн оборудования: масками, респираторами и медикаментами в сопровождении команды медиков из девяти человек. По мнению обозревателей Китай имеет несколько целей, помогая другим. Одна из них – заставить всех забыть о том, что в начале эпидемии Пекин пытался скрыть масштаб проблемы и вовремя не принял мер для сдерживания вируса.

Государственный секретарь США Майк Помпео во вторник 24 марта раскритиковал Китай в связи с его подходом к коронавирусу, заявив, что правящая Коммунистическая партия Китая все еще отрицает информацию, необходимую для всего мира, для предотвращения дальнейших случаев.

«Дезинформационная кампания, которую ведут китайские чиновники призванная переложить ответственность», – сказал 17 марта Помпео, который ранее неоднократно называл коронавирус «вирусом с В.уханю», – «мы знаем это хорошо, мы знаем, что первой о вирусе с В.уханю узнала власть Китая. Это возлагает большую ответственность, надо было сразу сказать, что «у нас есть проблема, она уникальная и имеет риски». И прошла уйма времени, пока мир осознал эти риски, которые были на тот момент внутри Китая».

О попытке улучшения имиджа Китая свидетельствуют многочисленные статьи, опубликованные в государственных китайских сми. В них ничего не сказано о том, что вирус происходит из Китая, или что китайские власти вовремя на него не среагировала. Однако многие говорят о гуманитарной помощи Китая для Пакистана, Южной Кореи, Японии, Ирана и Италии. Мол, как быстро Китай мобилизовал помощь и насколько другие страны теперь ему благодарны.

Таким образом, международные эксперты отмечают, что Китай улучшает свой имидж не только в мире, но и у себя дома, активно демонстрируя своим гражданам усиления своей роли в мире.

«Нет ничего плохого в том, что Китай помогает европейским и другим странам, особенно сейчас, когда он получил преимущество в сдерживании коронавируса у себя дома. Но также очевидно, что Пекин рассматривает свою помощь как инструмент пропаганды», - сказал изданию The Guardian Ной Баркин, старший ученый немецкого Фонда Маршалла.

По словам Баркина, предлагая поддержку таким странам, как Италия, Пекин указывает пальцем на то, как Китай приходит на помощь там, где не могут другие, и таким образом показывает разницу между собой и, например, США – своего политического и экономического соперника.

Еще одна причина – экономическая. Например, Китай заинтересован в портах и инфраструктуре Италии в инициативе «Один пояс, один путь», отмечают обозреватели. В прошлом году Китай подписал соглашение на сумму 2,8 миллиарда долларов с Италией, первой развитой страной, которая приняла участие в этой инициативе. Китай также заинтересован в ее туристах, развития технологии 5G и других отраслях.

Некоторые обозреватели предполагают, что с окончанием острой фазы кризиса, вызванной коронавирусом в Китае, это государство сможет быстрее восстановить экономику, и таким образом будет иметь экономические преимущества в мире.

«Аналитики считают, что Европа может просто не иметь другого выбора, кроме как принять экономическую зависимость от Китая, несмотря на широкую

недоверие к ее однопартийной политической системы, которую обвиняют в ошибках и скрытых мероприятиях, которые позволили пандемии распространиться», – говорится в статье Голоса Америки.

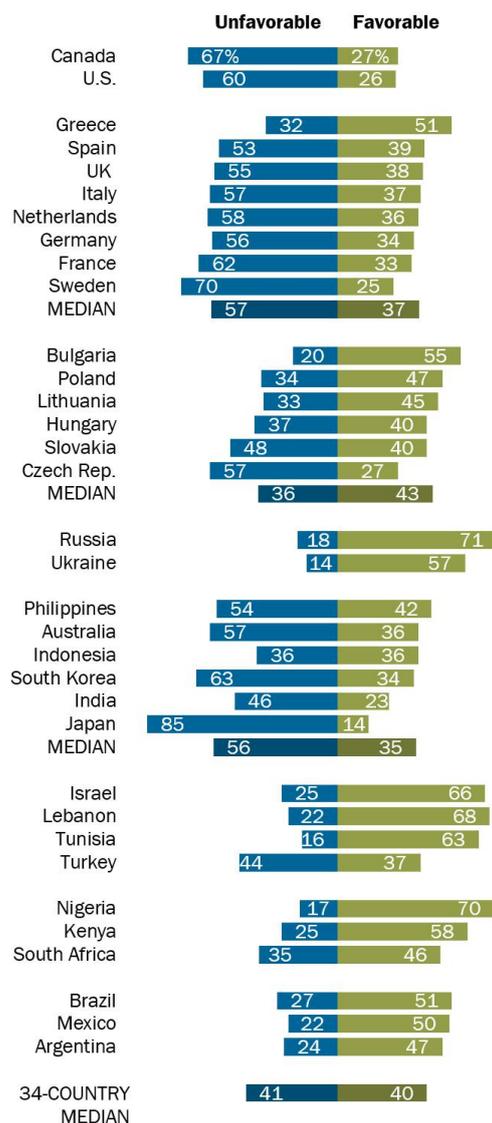
Некоторые обозреватели выразили обеспокоенность тем, что гуманитарные действия Китая в конце концов дадут Пекину не только большие экономические преимущества над Европейским Союзом, но и политические.

В связи с тем, что Китайская Народная Республика отмечает 70-летие со дня своего основания, она получает неоднозначные отзывы людей со всего мира, согласно последнему исследованию Pew Research Center Global Attitude. Медиана в 40% по 34 опрошенным странам имеет положительное мнение о Китае, по сравнению со средним показателем в 41%, высказавшим неблагоприятное мнение.

И хотя большинство в большинстве стран согласны с тем, что влияние Китая на мировой арене заметно возросло, это не обязательно привело к благоприятным взглядам на страну, согласно опросу 38 426 человек, проведенному с 13 мая по 2 октября 2019 года.

## International opinions of China divided

% who have a \_\_\_ opinion of China



Note: Don't know responses not shown.

Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey. Q8b.

PEW RESEARCH CENTER

Мнение Китая в большинстве стран Западной Европы в целом отрицательное. В то время как 51% в Греции положительно относятся к Китаю, большинство или большинство во всех других западноевропейских странах имеют неблагоприятное мнение: от 53% в Испании до 70% в Швеции. Доля людей, положительно оценивающих Китай, также сократилась на двузначные цифры почти в половине опрошенных западноевропейских стран, включая Швецию (снижение на 17 процентных пунктов), Нидерланды (-11 пунктов) и Великобританию (-11). Только в Греции и Италии мнение улучшилось.

Страны Центральной и Восточной Европы несколько более разделены в своих оценках. Больше болгар, поляков и литовцев имеют более благоприятные, чем неблагоприятные взгляды на Китай, а венгры разделены почти поровну. И наоборот, большинство словаков и большинство чехов имеют неблагоприятные взгляды на Китай.

Негативные взгляды на Китай преобладают как в Соединенных Штатах, так и в Канаде, где 60% и 67% соответственно считают страну неблагоприятной. В обеих странах это самое неблагоприятное мнение о Китае, зафиксированное в истории опросов Центра. (Более подробную информацию о мнении США см. В разделе «Взгляды США на Китай резко снижаются на фоне торговой напряженности».) Это также отражает самое большое годовое изменение в любой стране. Например, в Канаде неблагоприятное мнение увеличилось на 22 пункта после громкого ареста главного финансового директора Huawei, работающего в технологической компании, и последующего китайского задержания двух канадских граждан, которые все еще остаются под стражей в Китае.

**Compared with 2018, fewer in North America, parts of Western Europe and Asia-Pacific view China favorably**

% who have a *favorable* opinion of China

	2018 %	2019 %	Change
Indonesia	53	36	▼17
Canada	44	27	▼17
Sweden	42	25	▼17
Australia	48	36	▼12
U.S.	38	26	▼12
Philippines	53	42	▼11
UK	49	38	▼11
Netherlands	47	36	▼11
Kenya	67	58	▼9
France	41	33	▼8
Tunisia	70	63	▼7
Germany	39	34	▼5
South Korea	38	34	▼4
South Africa	49	46	▼3
Hungary	43	40	▼3
Spain	42	39	▼3
Japan	17	14	▼3
Brazil	49	51	▲2
Mexico	45	50	▲5
Russia	65	71	▲6
Argentina	41	47	▲6
Greece	43	51	▲8
Italy	29	37	▲8
Nigeria	61	70	▲9
Israel	55	66	▲11
Poland	36	47	▲11

Note: Statistically significant changes in **bold**.  
Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey, Q8b.

PEW RESEARCH CENTER

Китай также получает неблагоприятные оценки от большинства своих соседей в Азиатско-Тихоокеанском регионе. В Японии 85% говорят, что у них неблагоприятное мнение о Китае - самое негативное среди всех опрошенных стран. Отрицательное отношение к Китаю резко возросло в Канаде, США. Более половины в Южной Корее (63%), Австралии (57%) и на Филиппинах (54%) разделяют это мнение. Мнение Китая также упало во всем регионе в ходе опроса исследовательского центра Пью, и в настоящее время оно находится на историческом минимуме или около него в каждой из опрошенных стран. В Индонезии изменения за последний год были особенно резкими, упав на 17 процентных пунктов.

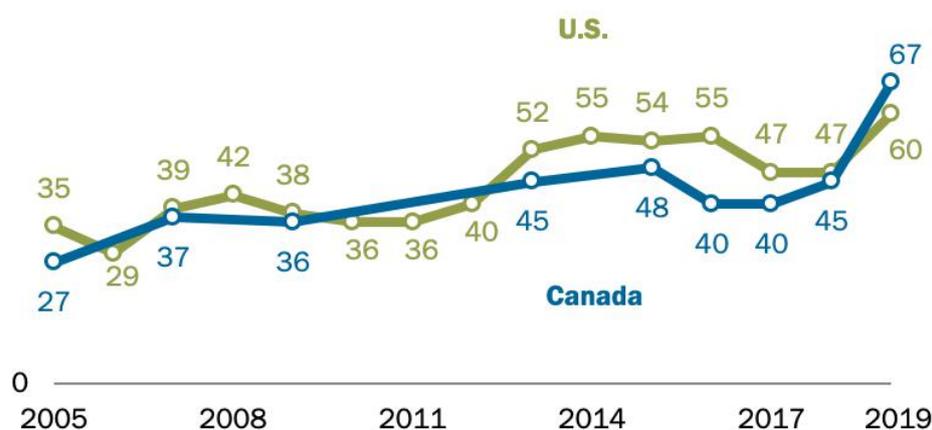
Русские выделяются положительным взглядом на Китай во всех опрошенных странах (71%). Большинство в Украине тоже разделяют эти взгляды (57%).

---

## Negative views of China up sharply in Canada, U.S.

% who have an *unfavorable* view of China

100%



Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey. Q8b.

PEW RESEARCH CENTER

---

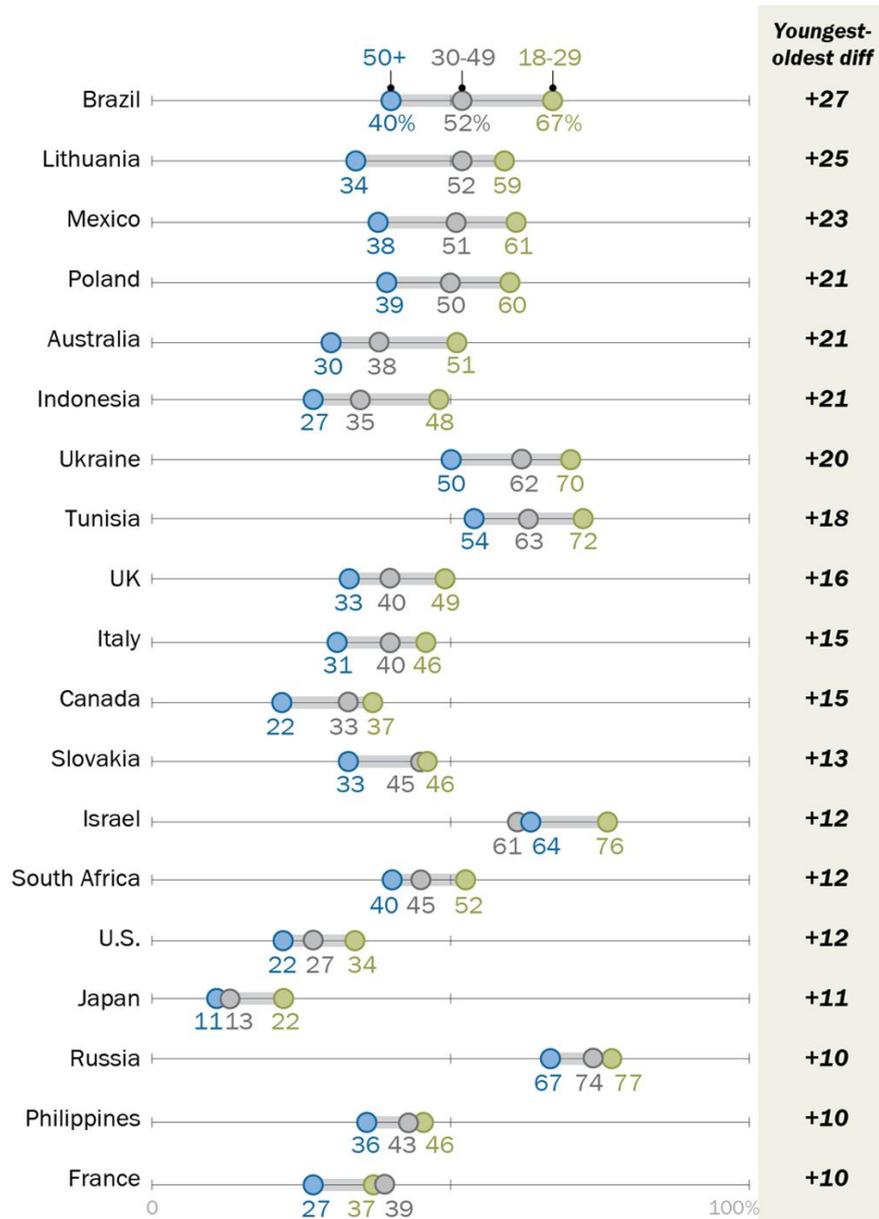
Большинство или большинство во всех странах Ближнего Востока, Латинской Америки и Африки к югу от Сахары положительно относятся к Китаю, в том числе 70% - в Нигерии.

Молодые люди, как правило, имеют более позитивную позицию в отношении Китая в большинстве опрошенных стран. В 19 странах взрослые в возрасте от 18 до 29 лет имеют более благоприятные взгляды, чем те, кто старше 50 лет.

Например, в Бразилии две трети (67%) молодых людей положительно относятся к Китаю, и только 40% пожилых людей разделяют это мнение. Большие возрастные разрывы также существуют в Литве (где мнения молодых людей более благоприятны на 25 баллов), Мексике (+23 балла), Индонезии (+21), Австралии (+21), Польше (+21) и Украине (+20).

## Globally, younger adults more positive on China

% who have a *favorable* view of China, by age



Note: Only statistically significant differences shown.  
Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey. Q8b.

PEW RESEARCH CENTER

Однако во многих странах люди в возрасте 50 лет и старше также менее склонны высказывать свое мнение о Китае. Около трети или более пожилых людей в Индонезии, Индии, Украине, Аргентине, Мексике, Тунисе и Бразилии не высказывают мнения о Китае.

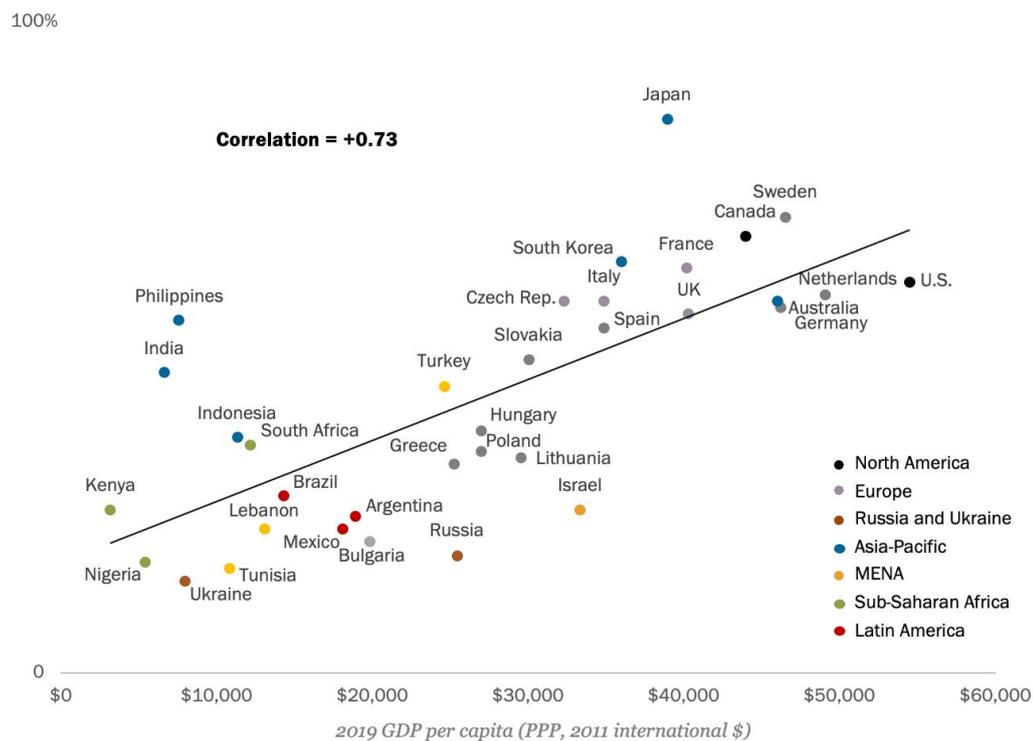
Данные в этом отчете и сопровождающей верхней строке, первоначально опубликованные 30 сентября 2019 года, были обновлены, чтобы отразить включение Турции и Индии. Кроме того, последний график в этом посте был обновлен, чтобы исключить Ливан, который не имеет статистически значимой разницы в возрасте, и скорректированные значения в столбце различий. Изменения, вызванные этими корректировками, существенно не влияют на анализ отчета.

Представления о Китае, как правило, являются наиболее негативными в странах с самым высоким валовым внутренним продуктом на душу населения, в том числе в США, Нидерландах, Швеции и Германии. На противоположном конце спектра страны с более низким ВВП на душу населения менее негативны - в том числе Кения, Нигерия, Украина и Тунис. Япония выделяется гораздо более негативно по отношению к Китаю, чем другие страны с аналогичным уровнем благосостояния, и это может быть частично связано с давними историческими обидами между двумя странами.

Отношение между ВВП на душу населения и неблагоприятными взглядами на Китай может быть отчасти связано с относительными политическими свободами в этих странах, поскольку взгляды на Китай также тесно связаны с осуществлением гражданами своих прав. Предыдущие исследования Центра по Китаю продемонстрировали тесную взаимосвязь между глобальными взглядами на Китай и представлениями о состоянии гражданских свобод внутри страны для граждан Китая, и аналогичная картина сохраняется и за пределами Китая. Страны, граждане которых имеют больше свобод, по оценке Freedom House, склонны иметь менее благоприятные взгляды на Китай. Например, совокупный балл Freedom House в России составляет 20 баллов по 100-балльной шкале, это самый низкий показатель среди стран, включенных в опрос, но россияне дают Китаю самый высокий рейтинг (71%). На противоположном конце спектра Швеция получает 100 лучших от Freedom House, в то время как только 25% шведов положительно относятся к Китаю.

## Publics in wealthier countries less favorable toward China

% who have an *unfavorable* view of China



Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey. Q8b. GDP data from the International Monetary Fund accessed October 2019.

PEW RESEARCH CENTER

Точно так же, чем выше воспринимаемый страной уровень коррупции, обозначенный Transparency International, тем более благосклонно, что эта страна склонна рассматривать Китай. Например, нигерийцы находятся в худшем положении по уровню коррупции среди стран, включенных в этот опрос. Между тем, 70% нигерийцев имеют благоприятный взгляд на Китай, уступая только россиянам. Но как уровень гражданских свобод, так и коррупция в стране тесно связаны с общим ВВП на душу населения.

Напротив, инвестиции из Китая слабо связаны с мнением Китая по странам, включенным в это исследование. Несмотря на вливание сотен миллиардов долларов в Инициативу «Пояса и дороги», особенно в странах с развивающейся экономикой, размер капиталовложений или строительных контрактов, финансируемых Пекином в стране, слабо связан с общими взглядами этой страны на Китай. Например, Индонезия получила с Китая более 47 млрд. Долл. США на капитальные вложения и строительные проекты с 2005 года, но отношение к

Китаю в стране разделено равномерно: 36% благоприятно и 36% неблагоприятно. С другой стороны, Китай отправил Нигерии в то же время 44 миллиарда долларов, и 70% нигерийцев положительно относятся к Китаю.

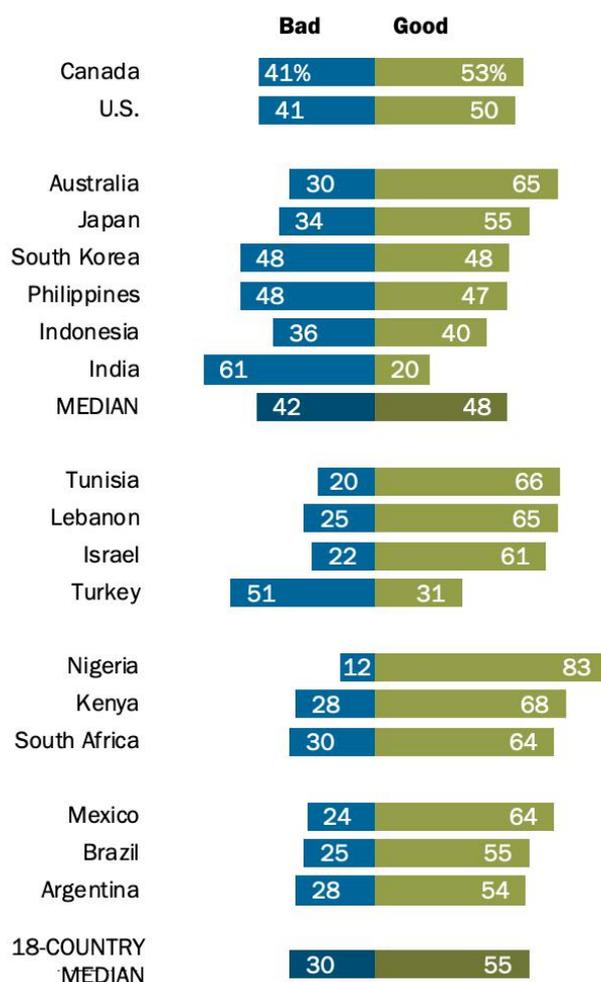
Страны, которые получают больше экспорта из Китая, как правило, имеют более негативное отношение к Китаю, хотя эта мера также тесно связана с ВВП на душу населения. США и Япония получают большую часть экспорта из Китая среди опрошенных стран, а также имеют гораздо более негативное отношение к Китаю в целом. И хотя Ливан, Тунис и Болгария получают сравнительно мало китайского экспорта, большинство в этих странах рассматривают Китай в положительном свете.

Экономические связи с Китаем приветствуются на многих развивающихся рынках, но некоторые опасения по поводу влияния Пекина.

Диаграмма, показывающая, что многие считают укрепление экономики Китая благом.

## Many see a strengthening Chinese economy as a boon

*% who say China's growing economy is a \_\_\_ thing for their country*



Note: Don't know responses not shown.  
Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey. Q41.

PEW RESEARCH CENTER

В 18 странах все больше людей считают, что рост экономики Китая - это хорошо, а не плохо для их страны. В целом, в среднем 55% видят выгоды для сильной китайской экономики; 30% говорят, что это плохо для их страны.

Все больше канадцев и американцев видят в себе выгоду от экономики Китая, чем нет, хотя 41% в обеих странах считают, что это негативно. Большинство в Австралии и Японии считают сильную экономику взаимовыгодной. Южная Корея, Филиппины и Индонезия имеют относительно

смешанные взгляды. Большинство индийцев, однако, считают растущую китайскую экономику плохой вещью для своей страны - больше всего среди опрошенной общественности.

Большинство израильтян и множество ливанцев и тунисцев считают, что им выгодна растущая экономика Китая.

По всей Африке и Латинской Америке большинство говорят, что растущая экономика Китая - это хорошо для их страны. Это колеблется от 83% в Нигерии до 54% в Аргентине.

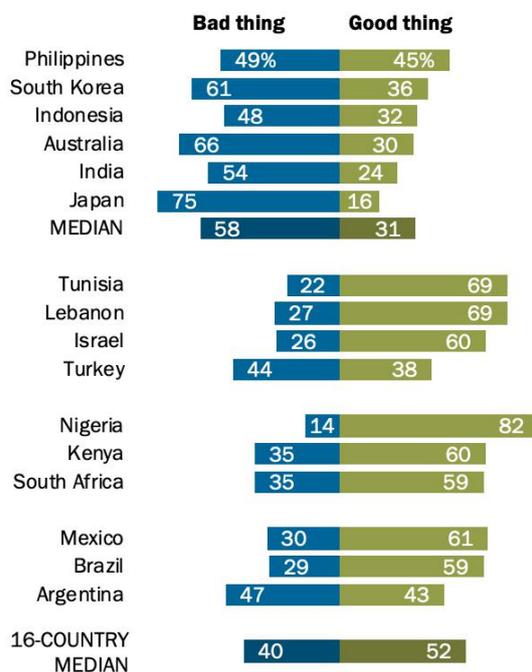
А в девяти странах мнение о том, что ваша собственная экономика процветает, также связано с более позитивными взглядами на экономический рост Китая. Индонезия и Филиппины имеют самые существенные различия; Люди, которые считают, что экономика их страны находится в хорошем состоянии, с большей вероятностью увидят положительный экономический рост Китая на 21 и 19 пунктов соответственно.

А в девяти странах мнение о том, что ваша собственная экономика процветает, также связано с более позитивными взглядами на экономический рост Китая. Индонезия и Филиппины имеют самые существенные различия; Люди, которые считают, что экономика их страны находится в хорошем состоянии, с большей вероятностью увидят положительный экономический рост Китая на 21 и 19 пунктов соответственно.

Таблица, показывающая, что многие видят растущие выгоды для экономики Китая за последние пять лет.

## Asia-Pacific nations view Chinese investment with suspicion

*Investment from China is a good thing because it creates jobs in our country OR investment from China is a bad thing because it gives China too much influence*



Note: Don't know responses not shown.

Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey, Q28.

PEW RESEARCH CENTER

Во многих странах с развивающейся экономикой сегодня все больше людей говорят, что растущая экономика Китая - это хорошая вещь для их нации по сравнению с пятью годами ранее. Двухзначное увеличение произошло в Мексике, Южной Африке, на Филиппинах, в Бразилии, Нигерии и Аргентине.

С другой стороны, южнокорейцы, кенийцы и индонезийцы теперь менее склонны видеть выгоды для растущей экономики Китая, чем пять лет назад. Тем не менее, значительная часть продолжает утверждать, что экономика Китая приносит им пользу в каждой из этих трех стран.

Отношение к этому вопросу остается достаточно устойчивым в Ливане, США, Тунисе, Израиле и Индии.

Диаграмма, показывающая страны Азиатско-Тихоокеанского региона, смотрит на китайские инвестиции с подозрением

На конкретный вопрос о том, являются ли инвестиции из Китая хорошими, потому что они создают рабочие места в странах, или плохими, потому что это дает Китаю слишком большое влияние, в среднем 52% считают китайские инвестиции чистым позитивом.

За пределами Азиатско-Тихоокеанского региона инвестиции из Китая рассматриваются как хорошая вещь в принимающей стране. Приблизительно шесть из десяти или более приветствуются китайские инвестиции в Нигерии, Тунисе, Ливане, Мексике, Израиле, Кении, Южной Африке и Бразилии. Турция и Аргентина демонстрируют большую амбивалентность без четкого консенсуса относительно того, являются ли китайские инвестиции в их стране хорошей или плохой вещью.

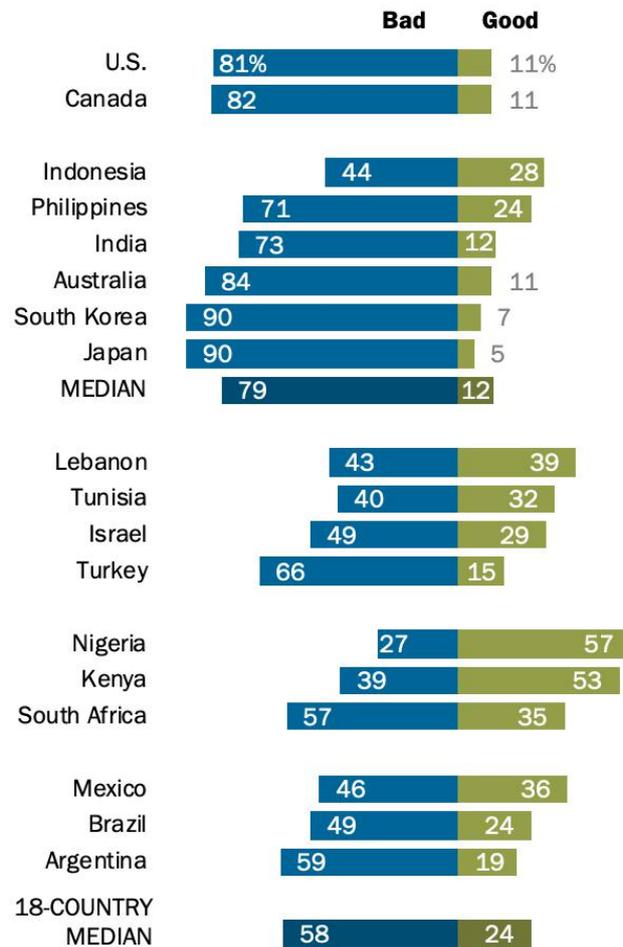
Среди соседей Китая большинство смотрит на инвестиции из Китая со скептицизмом. Примерно половина или более в каждой из опрошенных стран Азиатско-Тихоокеанского региона говорят, что китайские инвестиции - это плохо, потому что они дают Китаю слишком большое влияние. Это колеблется от 75% японцев до 48% индонезийцев.

Мало кто видит, как растущие вооруженные силы Китая приносят пользу их стране

Диаграмма, показывающая страны Азиатско-Тихоокеанского региона, особенно обеспокоенные военной мощью Китая.

## Asia-Pacific nations especially concerned about China's military might

% who say China's growing military is a \_\_\_ thing for their country



Note: Don't know responses not shown.  
Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey, Q42.

PEW RESEARCH CENTER

В то время как большинство стран видят, что сильный экономический рост Китая приносит пользу их стране, это не тот случай, когда речь идет о растущих вооруженных силах Китая. В 18 странах в среднем 58% считают, что увеличение китайской военной мощи вредно для них; 24% считают, что это может быть хорошо.

Соседи Китая по Азиатско-Тихоокеанскому региону особенно сомневаются в отношении влияния сильных китайских вооруженных сил на их страну: из шести стран, опрошенных в регионе, в среднем 79% считают, что растущая

военная мощь Китая вредна для их страны. Это особенно верно в Японии и Южной Корее, где девять из десяти придерживаются этого мнения.

Это беспокойство распространяется по всему Тихому океану: примерно восемь из десяти в США и Канаде видят, что растущие вооруженные силы Китая являются плохой вещью для их страны.

Аналогичным образом, в большей степени в Латинской Америке, на Ближнем Востоке и в Северной Африке не видят выгод для своей собственной нации, когда речь идет о растущей китайской армии, чем это делают. Южная Африка также следует этой тенденции. Тем не менее, более половины в Нигерии и Кении считают, что их страна выигрывает от увеличения военной мощи Китая.

США и Канада стали более негативно относиться к растущим вооруженным силам Китая с 2007 года. Раньше около двух третей заявили, что растущие вооруженные силы были плохими, но теперь примерно восемь из десяти говорят об этом. Те в Аргентине, Кении, Турции и Японии также становятся все более негативными.

С другой стороны, жители Ливана стали менее негативно относиться к растущим вооруженным силам Китая: от 67% говорят, что это плохо, до всего 43% говорят, что это плохо. Израильтяне и мексиканцы также стали менее негативными.

## Increasing worries about China's growing military in many nations

% who say China's growing military is a bad thing for their country

	2007	2008	2010	2011	2019	'07-'19 change
	%	%	%	%	%	
Argentina	39	48	43		59	▲ 20
Kenya	20	-	25	29	39	▲ 19
Canada	66	-	-	-	82	▲ 16
U.S.	68	82	79	79	81	▲ 13
Turkey	53	52	58	66	66	▲ 13
Japan	80	90	88	87	90	▲ 10
Indonesia	43	42	39	36	44	+1
South Korea	89	87	86	-	90	+1
Israel	55	-	-	66	49	▼ 6
Mexico	56	57	46	55	46	▼ 10
Lebanon	67	62	59	57	43	▼ 24

Note: Statistically significant differences shown in **bold**.

Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey. Q42.

PEW RESEARCH CENTER

Мало доверия президенту Си, особенно в соседних странах.

Диаграмма, показывающая, что во всем мире не хватает уверенности в Си. Мнения китайского президента Си Цзиньпина сильно различаются между 34 опрошенными странами, но в среднем 45% говорят, что им не хватает доверия к китайскому лидеру, когда речь идет о мировых делах. Медиана уверенности в голосе Си составляет 29%, в то время как 23% не высказывают мнения.

Шесть из десяти канадцев и половина американцев дают отрицательные оценки Си. В Западной Европе в среднем 61% говорят, что им не хватает уверенности. Это включает большинство во Франции, Швеции, Испании, Германии и Великобритании. В то время как 38% в Нидерландах отдают голос доверия Си, более половины (53%) сомневаются.

Люди в Центральной и Восточной Европе также, как правило, испытывают недостаток доверия к Си, хотя он относительно неизвестен во всем регионе, причем более четверти в каждой стране не высказывают мнения. Половина или более в Чехии, Польше и Словакии имеют негативное мнение о Си. Только в

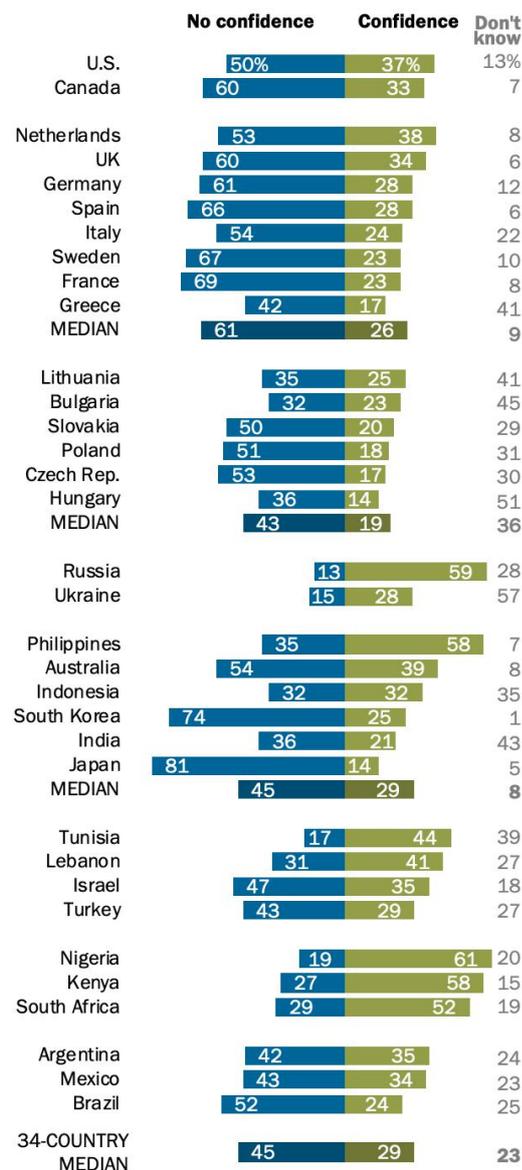
России Си получает положительные оценки, при этом 59% выражают уверенность.

За пределами Европы имидж Си более смешанный. В обследованных странах Азиатско-Тихоокеанского региона большинство филиппинцев выражают вотум доверия руководителю Китая. Но некоторые другие соседи Китая более негативны: большинство японцев (81%), южнокорейцы (74%) и австралийцы (54%) говорят, что не доверяют ему.

Среди тех, кто высказывает свое мнение, больше в Тунисе и Ливане доверяют Си.

## More globally lack confidence in Xi

% who have \_\_\_ in Chinese President Xi Jinping to do the right thing in world affairs



Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey. Q38b.

PEW RESEARCH CENTER

Израиль и Турция демонстрируют противоположную тенденцию, и многие говорят, что им не хватает уверенности.

Около половины или более в трех опрошенных африканских странах придерживаются положительного мнения о Си, когда дело касается мировых дел. Это включает 61% в Нигерии, одном из крупнейших инвестиционных партнеров Китая на африканском континенте.

Позитивное отношение к Си усилилось в нескольких странах как в прошлом году, так и с 2014 года. Значительное двузначное повышение доверия к китайскому лидеру с 2018 года произошло в Аргентине, Мексике, Испании и Италии. Возвращаясь к 2014 году, Си еще лучше, набрав 15 и более баллов на Филиппинах, в Южной Африке, Аргентине, Мексике, Тунисе, России и Нигерии.

Доверие к Си за последний год снизилось в Швеции, Венгрии, Канаде, Тунисе и Южной Корее. Южная Корея выделяется среди других стран как единственное место, где взгляды на Си значительно уменьшились как в прошлом году, так и в последние пять лет, и те, кто говорит, что они уверены в том, что китайский лидер снизится на 32 процентных пункта за этот период. В то время как в Тунисе наблюдается годичный спад, доверие к Си, как правило, растет с 2014 года.

## Increased confidence in Xi across many nations

% who have confidence in Xi Jinping to do the right thing regarding world affairs

	2014	2015	2017	2018	2019	'14-'19 change	'18-'19 change
	%	%	%	%	%		
Argentina	14	–	20	21	35	▲21	▲14
Mexico	15	–	23	21	34	▲19	▲13
Spain	14	–	10	15	28	▲14	▲13
Italy	15	–	15	14	24	▲9	▲10
Russia	44	–	53	50	59	▲15	▲9
Brazil	13	–	22	15	24	▲11	▲9
Poland	13	–	5	9	18	+5	▲9
South Africa	29	–	40	44	52	▲23	▲8
Nigeria	46	–	54	53	61	▲15	▲8
Greece	20	–	17	11	17	-3	▲6
Kenya	58	–	44	53	58	0	+5
Netherlands	–	–	28	35	38	–	+3
Israel	24	–	28	34	35	▲9	+1
Philippines	32	51	53	58	58	▲26	0
U.S.	28	–	31	39	37	▲9	-2
Germany	25	–	23	30	28	+3	-2
Australia	–	47	43	42	39	–	-3
Japan	6	12	11	17	14	▲8	-3
France	37	–	20	26	23	▼14	-3
Indonesia	36	40	34	36	32	-4	-4
UK	34	–	31	39	34	0	-5
Sweden	–	–	22	29	23	–	▼6
Hungary	–	–	14	21	14	–	▼7
Canada	–	–	30	42	33	–	▼9
Tunisia	28	–	31	53	44	▲16	▼9
South Korea	57	67	38	37	25	▼32	▼12
Lebanon	45	–	43	–	41	-4	–
Turkey	10	–	–	–	29	▲19	–
Ukraine	32	–	–	–	28	-4	–
Lithuania	–	–	–	–	25	–	–
Bulgaria	–	–	–	–	23	–	–
India	13	29	21	–	21	▲8	–
Slovakia	–	–	–	–	20	–	–
Czech Rep.	–	–	–	–	17	–	–

Note: Statistically significant differences shown in **bold**.

Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey, Q38b.

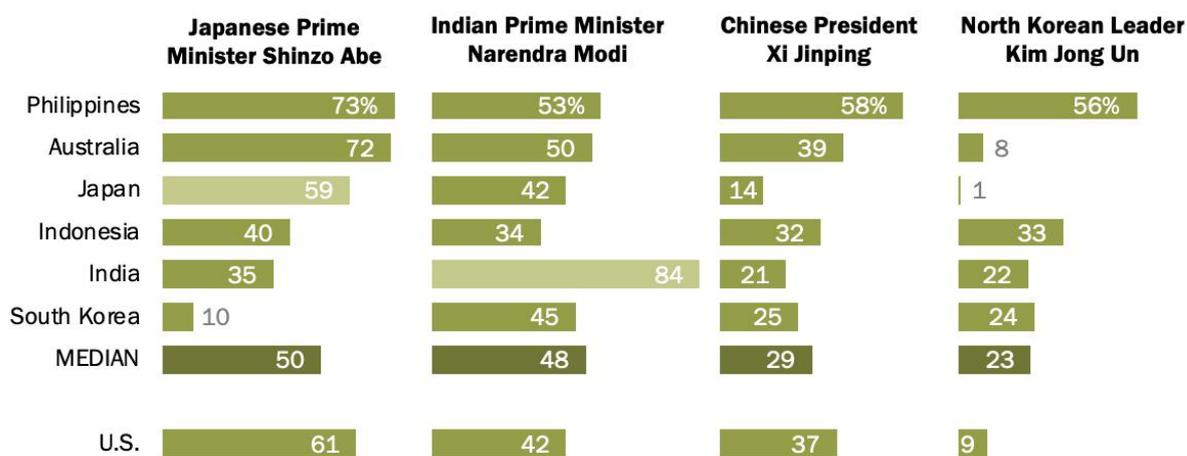
PEW RESEARCH CENTER

Доверие Японии к Си возросло с 2014 года, но, тем не менее, только 14% общественности говорят, что доверяют ему в том, что он делает правильно в мировых делах - самый низкий уровень среди опрошенных стран.

Если взглянуть на других лидеров по всей Азии, то среди опрошенных жителей Азиатско-Тихоокеанского региона Xi сравнительно хуже. В среднем 50% в этих шести странах доверяют японскому Синдзо Абэ, когда дело касается мировых дел, а индийская Нарендра Моди отстает с 48%. Си опережает их с уверенностью в 29%, хотя он обыгрывает северокорейского Ким Чен Уна, который набирает в среднем 23% уверенности. Филиппинцы выделяются своим энтузиазмом по отношению к Си: 58% доверяют китайскому лидеру.

### Fewer in Asia-Pacific confident in Xi than in Abe, Modi

*% who have confidence in \_\_\_ to do the right thing regarding world affairs*



Note: In India and Indonesia, people were very likely to say they did not know when asked about some of these leaders.  
Source: Spring 2019 Global Attitudes Survey. Q38b,f,g,i.

PEW RESEARCH CENTER

В Индии и Индонезии, однако, известность Си остается ограниченной; свыше трети в каждой стране не дают ответа, когда его спрашивают о нем (или даже спрашивают о каком-либо азиатском лидере, за исключением премьер-министра Моди в Индии). Но, в целом, больше в Индии испытывают недостаток доверия к Си (36% - нет уверенности против 21% - уверенность, 43% - не знают), а индонезийцы разделены поровну (32% - нет уверенности, 32% - уверенность, 35% - нет). т знаю).

Меньше американцев выражают уверенность в Си, чем те же лидеры из других азиатских стран, включая Абэ (61% уверенности) и Моди (42% - хотя

треть американцев не высказывают никакого мнения). Тем не менее, гораздо больше людей думают, что Си поступит правильно в отношении мировых дел, чем северокорейский лидер Ким Чен Ын, которому доверяют всего 9% американцев.

Таким образом, проведенный анализ позволяет нам сделать вывод о том, что представления о Китае, как правило, являются наиболее негативными в странах с самым высоким валовым внутренним продуктом на душу населения, в том числе в США, Нидерландах, Швеции и Германии. На противоположном конце спектра страны с более низким ВВП на душу населения менее негативны - в том числе Кения, Нигерия, Украина и Тунис. Япония выделяется гораздо более негативно по отношению к Китаю, чем другие страны с аналогичным уровнем благосостояния, и это может быть частично связано с давними историческими обидами между двумя странами.

### **Глава 3. Разработка рекомендаций по устранению проблем во внешнеполитическом образе Китая на современном этапе**

Имидж государства – это важная составляющая становления государства, является совокупностью рациональных и эмоциональных составляющих политики государства. Политический имидж государства – очень сложный многокомпонентный феномен, который оценивают не только в политических структурах и институтах, но и в массовых аудиториях. Глубоко осмыслить этот феномен помогает подробное рассмотрение его структурных и коммуникативных компонентов. Именно благодаря распределению формирования имиджа на структурные компоненты, форма и суть образа государства становится понятной и поддается влиянию извне. Так, важно отделять значения межличностных и массовых коммуникаций, роли лидера и личного опыта – как главных структурных компонентов формирования политического имиджа, представляющих собой целостную систему, в которой все составляющие влияют друг на друга.

Особенность политического устройства Китая, в частности сращение структур КПК и государственной власти, обуславливает процессы выработки стратегии и целеполагания политики «мягкой силы» КНР. Первичная выработка базовых положений, целей политики, определение круга инструментов ее реализации осуществляются в рамках партийных структур, среди которых выделяются Центральная партийная школа Центрального комитета КПК (далее — ЦПШ ЦК КПК) — образовательное и исследовательское учреждение, ответственное за подготовку высших партийных кадров, и отдел международных связей ЦК КПК — орган, ответственный за определение партийных приоритетов в данной сфере, а также занимающийся внешними связями по партийной линии. Из структур непосредственно государственной власти, формирующих политику КНР в данной сфере, необходимо главным образом отметить Государственный Совет.

Для устранения проблем, существующих во внешнеполитическом образе Китая, на мой взгляд, следует обеспечить:

1) Создание эффективных и привлекательных продуктов материальной и нематериальной культуры, рассчитанных на внутреннее и внешнее потребление;

2) Формирование и продвижение на внутренней и международной аренах китайских брендов отдельных продуктов и отраслей, а также китайской культуры в целом;

3) Формулирование ценностных нарративов, повышающих привлекательность китайской культуры и модели развития в глобальном и региональном масштабах;

4) Обеспечение комплексного присутствия Китая в целевых странах за счет формирования крепких экономических и культурных связей в формате системы «гуаньси»;

5) Поддержание безопасности и эффективности деятельности Китая в целевых странах посредством предоставления финансовой и иной помощи, создания новых рабочих мест и развития экономик целевых стран;

6) Расширение и популяризация сети образовательных и культурных учреждений в целевых странах;

7) Увеличение числа иностранных студентов в вузах Китая;

8) Углубление и расширение деловых контактов с целевыми государствами, в том числе входящими в орбиту влияния иных держав, как с целью диверсификации собственных внешнеполитических ресурсов, так и с целью получения дополнительных преференций в диалоговом процессе с акторами, заинтересованными в сотрудничестве с соответствующими целевыми государствами;

9) Уменьшение влияния иных, конкурирующих акторов в целевых государствах;

10) Улучшение внешнеполитического имиджа Китая, снижение опасений в отношении усиления его позиций, повышение эффективности представления интересов страны на международной арене.

Дальнейшая проработка и реализация конкретных аспектов политики осуществляются в профильных структурах государственной власти — в Министерстве иностранных дел, Министерстве коммерции, Министерстве образования, Министерстве культуры. При этом практически в каждом крупном ведомстве имеется собственный департамент или отдел, занимающийся международным сотрудничеством. Реализацией отдельных направлений политики занимаются и узкоспециализированные структуры, в том числе Китайский совет по продвижению международной торговли, Китайский стипендиальный совет, Государственная канцелярия по распространению китайского языка за рубежом (Ханьбань), Всекитайская федерация промышленности и коммерции, Китайский совет по продвижению международных инвестиций, Ассоциация публичной дипломатии. Наряду с этим продвижение «мягкой силы» Китая осуществляется и через международные экономические организации, в частности, Международную торговую палату, членом которой является Китай.

## Заключение

Таким образом, по результатам проведенного исследования мы можем сделать следующие выводы:

Информационная составляющая имиджа государства является весьма важным для формирования позитивного имиджа государства. При этом можно сделать вывод, что в данном контексте имидж государства будет прямым образом зависеть от информационной политики государства. Ведь информационная политика государства, в свою очередь создает условия для надлежащего присутствия государства на мировой арене.

Вышеуказанная информация позволяет сделать вывод, что имидж государства может формироваться под влиянием многих факторов. Среди них выделяют: публичную дипломатию, PR, СМИ, мировые стандарты и прочее. Однако, анализируя мировые тенденции, стоит отметить, что особое влияние на формирование имиджа того или иного государства занимают современные информационные технологии, в частности интернет. Важным фактором восприятия любого государства на международной арене является также ее прошлое (история, политические отношения и др.), а также современные тенденции развития (особенности развития, тип политического режима и тому подобное). Важным является также то, что имидж любого государства формируется под влиянием не одного, а нескольких факторов. И любой из них в зависимости от того про какую страну мы говорим, может играть главную роль в восприятии и оценке ее имиджа.

Одну из главных ролей в конструировании имиджа государства играет информационная политика государства, которая создает возможности формирования собственного информационного поля. Ведь в современном обществе информация становится тем ресурсом, который позволяет обеспечить своей стране процветание в любой сфере. При этом формирование имиджа государства непосредственным образом зависит от информационной политики

государства и возможности формирования собственного информационного поля. Ведь чем более эффективной будет информационная политика государства, тем больше у нее будет возможностей наполнять мировое информационное пространство информацией, которая положительно будет отражаться на ее имидже, а также будет иметь возможность противостоять информационным войнам и интервенциям, и, вместе с тем будет иметь возможность самостоятельно, без внешних воздействий, формировать свой собственный имидж и предупреждать любое негативное искажения информации со стороны других международных акторов.

Проведенный анализ показал, что потребность в единении глобальных и региональных интенций КНР на международной арене обусловлено дуалистическим мышлением новой китайской политической элиты, с одной стороны, Китай – государство, которое пытается быть региональным лидером в АТР, а с другой – Китай стремится закрепить за собой статус потенциально ответственной мировой мощи на международной арене, которая способна принимать активное участие в процессах глобального управления региональными/интеррегиональными проектами и влиять на формирование нового мирового порядка, что тяготеет к многополярности. В перспективе при исследовании глобальной стратегии КНР целесообразно обратить внимание на вызовы и угрозы на пути реализации внешнеполитических приоритетов «пятого поколения лидеров» в условиях формирования нового мирового порядка – мульти-регионализму.

Восстановление доверия граждан потребовало усиленного внимания к решению проблемы коррупции в государственном секторе, которая со временем приобрела угрожающие масштабы. Указанная проблема не имеет простого решения из-за того, что коррупция разрушает доверие граждан к государственным структурам и одновременно сама принадлежит к проявлениям неуверенности государственных служащих в собственной судьбе. Указанное обусловило рост уровня коррупции в среде государственных чиновников, которые любым образом пытались обеспечить будущее своей семьи, пользуясь

возможностями своего пребывания на руководящих должностях. Корни коррупции оказались настолько сильными, что проявляются в китайском обществе и по сей день, несмотря на жесткие меры по борьбе, которые проводились в течение всего периода реформ.

В результате проведенного исследования было выяснено, что понятие внешнеполитического образа (имиджа) страны является многокомпонентным и сложным. На сегодняшний день образ Китая в глазах международной общественности характеризуется противоречивостью. Представления о Китае, как правило, являются наиболее негативными в странах с самым высоким валовым внутренним продуктом на душу населения, в том числе в США, Нидерландах, Швеции и Германии. На противоположном конце спектра страны с более низким ВВП на душу населения менее негативны - в том числе Кения, Нигерия, Украина и Тунис. Япония выделяется гораздо более негативно по отношению к Китаю, чем другие страны с аналогичным уровнем благосостояния, и это может быть частично связано с давними историческими обидами между двумя странами.

## Список литературы

1. Абрамов В.А. Глобализирующийся Китай: Грани социокультурного измерения. - М.: Восточная книга, 2010.
2. Алешина М., Горшкова О. Имидж по-пекински // Российская газета. - 24.06.2015. - URL: <https://rg.ru/2015/06/24/kitai-site.html> (дата обращения 15.03.2020).
3. За имидж против фейков: Китай сражается не только с коронавирусом. – URL: <https://sputnik.by/columnists/20200131/1043833943/Za-imidzh-protiv-feykov-Kitay-srazhaetsya-ne-tolko-s-koronavirusom.html> (дата обращения 15.03.2020).
4. Золина Г.Д. Модусы информационной политики // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. - Майкоп, 2013. - Вып. 4. - С. 191-198.
5. Имидж Китая в мире изменился в лучшую сторону // GBTimes. -19.03.2015. - URL: <http://ru.gbtimes.com/novosti/imidzh-kitaya-v-mire-izmenilsya-v-luchshuyu-storonu> (дата обращения 15.03.2020).
6. Китай в мировой политике / Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Ун-т); Редкол.: А.В. Торкунов (отв. ред.) и др.; Отв. ред.-сост.А.Д. Воскресенский. М., 2001.
7. Коронавирус ухудшит имидж Си Цзиньпина: профессор об эпидемии в КНР. - URL: <https://www.dw.com/ru/коронавирус-ухудшит-имидж-си-цзиньпина-профессор-об-эпидемии-в-кнр/a-52358186> (дата обращения 15.03.2020).
8. Кубарский Д.В. Психологические особенности восприятия русским населением Дальнего Востока мигрантов из Китая // Толерантность в межкультурном диалоге. - М., 2005.

9. Лю Юаньюань. Имидж Китая в восприятии российского общества: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.04 / Лю Юаньюань; [Место защиты: Рос. гос. гуманитар. ун-т (РГГУ)].- Москва, 2010. - 209 с.
10. Мисакян С.И. Китайская политика «мягкой силы» в отношении АСЕАН // 60 лет КНР: Шестидесятилетие дипломатических отношений СССР/РФ и КНР: тезисы докладов XVIII Междунар. науч. конф. «Китай, китайская цивилизация и мир: История, современность, перспективы» (Москва, 2123 октября 2009 г.). Ч. 1. - М., 2009.
11. Михневич С.В. Панда на службе дракона: основные направления и механизмы политики «мягкой силы» Китая // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. – 2014. – С. 95-98.
12. Мягкая сила и имидж Китая после коронавируса. – URL: <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwjCxqG9mKDoAhUIEawKHx8pABMQFjAAegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fcaa-network.org%2Farchives%2F19336&usg=AOvVaw1HLYWRi17jevnFnuXHm4DL> (дата обращения 15.03.2020).
13. Обзор: улучшение национального имиджа Китая и экономическое развитие взаимообусловлены и взаимовыгодны // China.com. - 23.03.2015. -URL: <http://russian.china.com/news/reports/1793/20150323/325343.html> (дата обращения 15.03.2020).
14. Паршина Е.В. Роль и место публичной дипломатии в формировании имиджа государства: политологический анализ на опыте США и СССР/РФ : автореферат дис. на соискание ученой степени канд. полит. наук: спец. 23.00.04 «Политические проблемы международных отношений и глобального развития» / Е.В.Паршина. М., 2006. – 21 с.
15. Политическая имиджелогия [учеб. пособие] / под ред. А.А. Деркача, Е.Б. Перелыгиной и др. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 400 с.
16. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г.Почепцов. — М.: Центр, 2003. — 381 с.

17. Резгенова Д. Б.-О. Исторический опыт стратагемности и принципа «мягкой силы» в социально-экономических реформах Китая // Автореф. дис. на соискание уч. степени к. и. н. - Улан-Удэ, 2012. - 21 с
18. Рожков И.Я. Имиджи Китая в контексте PR и рекламы. М.: МГИМО(У) МИД России, 2006. С. 30.
19. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. Имидж России. Ресурсы. Опыт. Приоритеты / И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин. – М.: Рипол Классик, 2008. – 368 с.
20. Россия становится источником заражения китайцев коронавирусом // **Аргументы и факты.** — Режим доступа: [https://vl.aif.ru/health/rossiya\\_stanovitsya\\_istochnikom\\_zarazheniya\\_kitaycev\\_koronavirusom](https://vl.aif.ru/health/rossiya_stanovitsya_istochnikom_zarazheniya_kitaycev_koronavirusom) (дата обращения 15.04.2020).
21. Фоминых А. Проецирование «мягкой силы»: публичная дипломатия США и России в постсоветской Центральной Азии // Центральная Азия и Кавказ.-2010, т.13, вып.3. - С. 73-89.
22. Фролов Е. В. Политический имидж институтов государственной власти России: современное состояние и перспективы совершенствования: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. – М., 2006. – 23 с.
23. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / Панасюк А. Ю. – 2-е изд., стер. – М., 2008. – С. 35 – 38.
24. Шевырев И. Внешняя политика Китая: контуры китайского миропорядка [Электронный ресурс] / И. Шевырев / Режим доступа: <http://defpol.org.ua/site/index.php/uk/arhiv/kolonkaavtora/13465-2013-01-13-13-50-07>
25. Cooper R.J. Brand China // The Foreign Policy Centre. - L., 2007. -URL: <http://www.fpc.org.uk/fsblod/827.pdf> (дата обращения 15.03.2020).
26. Chen Feng, 1997nian de guoji zhanjue xingshi (The Strategic Situation in 1997) [Text] / Feng Chen / Guoji zhanlue yanjiu (International Strategic Studies). – 1998. – Vol. 47. – No. 1. – P. 12-18.

27. Deng Xiaoping guoji zhanlue sixiang yanjiu [Text] // A Study in Deng Xiaoping's International Strategic Thoughts, Guofang daxue chubanshe // Centre for Study of Establishing Socialism with Chinese Characteristics. – Beijing: National Defence University Press, 1997. – 224 p.
28. Jiaxuan Tang (former Chinese foreign minister), Speech at the ASEAN-Dialog Countries Meeting / Tang Jiaxuan / Regime to access: <http://www.fmprc.gov.ch/chn/2493.html>.
29. Jintao Hu, Speech Delivered in Moscow College of International Relations / Hu Jintao / Regime to access: <http://news.sina.com.ch/c/2003-05-28/1519165028s.shtml> (дата обращения 15.03.2020).
30. Tie Jun Zhang, China: Towards Regional Actor and World Player [Text] / Zhang Tie Jun // Global Politics of Regionalism: Theory and Practice. – Edited by Marry Farrell, Luk Van Langenhove and Bjrn Hettne. – London: Pluto Press, 2005. – 322 p. – P. 237-243.
31. Zemin Jiang, Speech Delivered in the «Shanghai Five» Leaders / Jiang Zemin // Meeting, 25 August 1999, Official Website of Chinese Ministry of Foreign Affairs. – Regime to access: [www.fmprc.gov.ch/chn/11855.html](http://www.fmprc.gov.ch/chn/11855.html) (дата обращения 15.03.2020).
32. 范祖奎, 房玉霞。俄罗斯媒体上的中国形象塑造 — 基于《真理报》的调查 / 范祖奎, 房玉霞 // 新疆社会科学。 — 2014。 — № 4。 (Фань Фукуй. Имидж Китая в российских СМИ. Газета «Правда» / Фань Фукуй, Фан Юйся // Синьцзянский журнал социальных наук。 — 2014。 — № 4)。
33. Aukia J. The Cultural Soft Power of China: A Tool for Dualistic National Security. Journal of Contemporary International Relations, Vol.2, No1 (2014). - pp.71-94
34. Dumbaugh K. China's foreign policy: what does it mean for U.S. Global Interests? // China in the 21st Century: China's Foreign Policy and Soft Power Influence Contributor Editor: Monroe, Alice V., N.Y 2010. - pp.1-27

35. Does China Care About its International Image?  
<https://thediplomat.com/2014/06/does-china-care-about-its-international-image/>
36. Chinese Public Opinion: Shaping China's Foreign Policy, or Shaped by It?  
<https://www.brookings.edu/opinions/chinese-public-opinion-shaping-chinas-foreign-policy-or-shaped-by-it/>
37. Hartig F. Chinese Public Diplomacy: The Rise of the Confucius Institutes. Routledge, 2015. - 214 p.
38. Hesarabani A.L. Public Diplomacy of People's Republic of China. /URL: <http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011-symposium/Public-Diplomacy-of-People's-Republic-of-China-Anja-L-Hesarabani.pdf> (дата обращения: 30.04.2020)
39. How are global views on China trending? <https://chinapower.csis.org/global-views/>
40. Fontana B. Hegemony and Power: On the Relation Between Gramsci and Machiavelli. University of Minnesota Press. 1993. - 236 p.
41. Galarotti G.M. Cosmopolitan Power in International Relations: A Synthesis of Realism, Liberalism and Constructivism. Cambridge University Press, 2010. - 312 p.
42. Garrison Jean A. Turning on the Charm//The Review of Politics. Vol.70, No.2, Spring 2008. - pp.334-336
43. Holyk G. Paper Tiger? Chinese Soft Power in East Asia./ Political Science Quarterly, Vol.126, No.2. 2011. - pp.223-254.
44. Hongying Wang, James N. Rosenau. China and Global Governance. Asian Perspective, Vol.33, No.3, 2009. - pp.5-39
45. Hurrell A. Hegemony, Liberalism and Global Order: What Space for Would-Be Great Powers? International Affairs, Vol. 82, No. 1, (Jan., 2006), pp. 1-19
46. Hyungseok Kang. Reframing Cultural Diplomacy: International Cultural Politics of Soft Power and the Creative Economy// Culture, Media&Creative Industries. King's College, London. - 14 p.

47. Kurlantzick J. Charm Offensive: How China's Soft Power is Transforming the World. New Haven and London, Yale University Press, 2007. - 306 p.
48. People around the globe are divided in their opinions of China  
<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/12/05/people-around-the-globe-are-divided-in-their-opinions-of-china/>
49. Waage H.H. The “Minnow” and the “Whale”: Norway and the United States in the Peace Process in the Middle East// British Journal of Middle Eastern Studies, 31.07.2007. - pp.152-176
50. Wang Yiwei. Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power.//The Annals of the American Academy, AAPSS, 616 March 2008. - pp.257-273.
51. Xiaodong He, Hongying Wang. “Culture as National Soft Power: Soft Power.” Journal of Fudan University. March, 1993.