

Секция «Психологическое измерение политических процессов в России и мире»

«Национальный имидж Китайской Народной Республики в России в рамках современной политической реальности»

Научный руководитель – Зверев Андрей Леонидович

Балашова Екатерина Ивановна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

E-mail: katyabalash@mail.ru

В наше время отношения между Китайской Народной Республикой и Российской Федерацией развиваются достаточно стремительно, поэтому вопрос формирования национального имиджа Китая у граждан России представляется особенно актуальным в современном научном сообществе. Необходимым условием для поддержания здоровых межгосударственных и межнациональных отношений является именно создание положительного имиджа и политического восприятия государств среди населения стран союзников. Национальный имидж выстраивается исходя из множества факторов в различных сферах: экономической, политической, социальной, культурной и других. Выстраивание позитивного имиджа государства в рамках современной глобализации и расширения отношений между странами является важным стратегическим ресурсом для проведения стабильной и выгодной внешней и внутренней политики.

В экономической сфере национальный имидж страны и ее экономическое развитие являются взаимозависимыми компонентами. [1] Китай стоит на втором месте в рейтинге стран по размеру ВВП и на первом месте по росту ВВП, что позволяет сделать вывод о том, что в соответствии с этим и национальный имидж у КНР является в целом положительным. По результатам исследования ФОМ «Какая страна развивается сегодня более успешно, Россия или Китай» 68% респондентов утверждали, что Китай развивается более успешно, 18% ответили в пользу России, и 16% опрошенных затруднились ответить. [2] Китай также считается одним из основных и надежных экономических и производственных партнеров России. В бытовом представлении россиян о КНР, как о поставщике дешевых и низкокачественных товаров на российский рынок, уже поменялось в противоположную сторону. В глазах россиян на данный момент Китай является производителем достаточно качественных и доступных продуктов. Таким образом можно отметить проводимую Китаем политику массового продвижения товаров на мировой рынок, как позитивно влияющую на имидж КНР в целом.

Большой вес в формировании положительного имиджа Китая в России имеет культурная политика. В рамках особого соглашения между государствами были закреплены обязательства по способствованию распространения интереса к китайскому языку среди россиян, и к русскому языку среди граждан КНР. Главную роль в данной политике играют культурно-образовательные центры, Институты Конфуция, которых на данный момент насчитывается около двадцати по всей России. Институты Конфуция проводят образовательные программы по изучению китайского языка, дают возможность сдать языковой экзамен (HSK), проводят творческие и спортивные мероприятия и просветительские поездки в Китай, что оказывает большое влияние на создание положительного имиджа КНР среди российской молодежи. По мнению таких исследователей, как Э.О. Леонтьева и М.С. Белокопытова, данная политика Китая представляется как применение «мягкой силы» в долгосрочной перспективе. [3]

Несмотря на вышеперечисленные направления развития имиджа Китая в культурной сфере, до сих пор сохраняется низкая осведомленность россиян о китайской культуре. Также необходимо отметить политику КНР в создании и выпуска на мировой рынок кинематографических материалов, сериалов и видеоигр. В области туризма по аналитическим данным ТурСтата также наблюдается медленный, но стабильный подъем оттока российских туристов в Китай, что подтверждает тот факт, что положительный имидж Китая среди российских граждан растет и крепнет.

Еще одним направлением формирования положительного имиджа страны является политика Китая в медиа пространстве. Коммуникативная стратегия китайских СМИ направлена на формирование сильного и современного образа Китая в глазах России. [4] Имидж Китая создается российскими СМИ в зависимости от политической повестки дня и следует за интересами тех источников, которые сообщают о событиях избирательно и не всегда объективно, таким образом существует определенный разброс в оценке Китая.

Таким образом, в рамках современной политической реальности имидж КНР в российском обществе создается на основе стратегии «мягкой силы» и фактически представляется стабильно положительным. Имидж Китая в Российской Федерации в наше время улучшается в соответствие с целенаправленной политикой КНР путем расширения знакомства жителей России с культурой, традициями и языком Китая. Несмотря на это, основной причиной позитивного восприятия Китая в России в прошлом и настоящем считается уровень экономического развития КНР и потенциальные возможности партнерства двух государств.

Источники и литература

- 1) Обзор: улучшение национального имиджа Китая и экономическое развитие взаимобусловлены и взаимовыгодны (2015). CHINA.COM. Режим доступа <http://russian.china.com/news/reports/1793/20150323/325343.html>
- 2) Китай. Представления россиян о китайцах и китайской культуре (2018). Фонд Общественное мнение. Режим доступа <https://fom.ru/Mir/14071>
- 3) Леонтьева, Э. О., Белокопытова М. С. (2019). Институты Конфуция как элементы внешней политики КНР. Регионалистика, 5, 51-58.
- 4) Монастырёва, О. В. (2009). Специфика коммуникативной стратегии в программах на русском языке Международного радио Китая. Портал научных исследований СМИ «Медиаскоп». Режим доступа <http://www.mediascope.ru/node/347>