

Раздел V
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
В ВОСТОЧНЫХ И ЗАПАДНЫХ ТРАДИЦИЯХ

Part V. PROFESSIONAL EDUCATION IN EASTERN AND WESTERN CULTURE

ИМИДЖ СТРАНЫ И ЕГО КОНСТРУИРОВАНИЕ
(НА ПРИМЕРЕ КИТАЯ)

IMAGE OF A COUNTRY AND ITS CONSTRUCTION
(EXAMPLE OF CHINA)

УДК 316.658.2: 7(510)

DOI: 10.15372/PEMW20160319

Т. А. Арташкина

*Дальневосточный федеральный университет,
Владивосток, Российская Федерация, e-mail:
tam.artand@gmail.com, artash@mail.primorye.ru*

Artashkina, T. A.

*Far Eastern Federal University (FEFU),
Vladivostok, Russian Federation, e-mail:
tam.artand@gmail.com, artash@mail.primorye.ru*

Ху Яньли

*Дальневосточный федеральный университет,
Китайская народная республика,
e-mail: huyanlimasha@yandex.ru*

Hu Yan Li

*Far Eastern Federal University (FEFU),
Chinese People's Republic,
e-mail: huyanlimasha@yandex.ru*

Аннотация. Основная цель данного исследования заключается в изучении специфики формирования образа Китая в западной культуре. В данном исследовании широко применялись информационный подход; комплекс сравнительных методов, главными из которых были кросс-культурный и сравнительно-исторический методы; методы герменевтики и дискурсивный метод. Дискурсивный метод использовался как метод сбора информации, первичного ее анализа и изложения полученных данных. Китай – одна из немногих стран мира, чей образ формировался несколько столетий. Образ Китая, исторически форми-

Abstract. The research explores the specific features of China image in the Western culture. The authors applied information approach, comparative methods with main focus on cross-cultural and comparatively historical methods, hermeneutic methods and discourse method. The authors applied discourse method as a method for information gathering, its analysis and data representation. China's image has been formed for centuries. The image of China that has been formed in mass consciousness differs from the image formed in academic society of West. It is possible to highlight 3 periods in image formation of China. The first period reflects explanation of Western expan-

рующийся в массовом сознании, отличается от образа, который формируется в академическом сообществе Запада. В процессе целенаправленного формирования образа Китая можно выделить три больших периода. Первый период адекватно отражает необходимость оправдания колониальной экспансии Запада. Вторым периодом ознаменован вступлением капиталистической системы в постиндустриальную стадию. Третий период связан со вступлением Китая в глобальное сообщество как одного из субъектов глобализации. Если в эпоху Средневековья Китай поражал своей необычностью и экзотикой, в XVIII в. в Европе восхищались Китаем как «Утопией (идеальной страной)», то в массовой культуре второй половины XIX и XX вв. были распространены маргинальные практики для создания образа Китая. В настоящее время существует несколько каналов, позволяющих формировать образ Китая за рубежом: политическая публицистика в средствах СМИ; китаеведение как научный канал; массовая культура; искусство; китайская диаспора, находящаяся за рубежом. В последние годы усилия Китая направлены на позиционирование себя во внутреннем и внешнем мировом пространстве. Основной целью формирования нового образа Китая является трансляция культурных ценностей на западную аудиторию и их сохранение и укрепление в китайской среде с целью противостояния вестернизации китайской культуры. Авторы приходят к выводу, что основные закономерности формирования образа Китая характерны не только для Китая, они в первую очередь должны быть отнесены к специфике взаимодействия Запада со своими партнерами.

Ключевые слова: образ страны, образ Китая, формирование образа Китая, каналы формирования образа Китая, образ Китая в массовом сознании, периоды формирования образа Китая.

Для цитаты: Арташкина Т. А., Ху Яньли. Имидж страны и его конструирование (на примере Китая) // Профессиональное образование в современном мире. 2016. Т. 6. № 3. С. 510–518. DOI: 10.15372/PEMW20160319.

sion. The second period reviews post-industrial development of capitalistic system. The third period relates to China joining of global community and becoming one of the globalizations subjects. Medieval China was unusual and exotic; in XVIII century, Europe admired China as a Utopia (Ideal Country); the mass culture of second half of XIX and XX century used marginal practices for building the image of China. Currently, there are several channels that form the image of China abroad: political journalism in the mass media, Chinese studies as a research channel, mass culture, art and Chinese expatriate community abroad. China has lately been trying to pose itself in the internal and external global space. The main goal of China new image formation involves transfer of cultural values to the western population while retaining and strengthening them in the Chinese environment in order to prevent westernization of the Chinese culture. The authors come to conclusion that the major principles of forming the image of China are typical not only for China; primarily, they are defined by the principles of interaction between the West and their partners.

Key words: country's image, China's image, formation of China's image, channels of forming China's image, image of China in mass consciousness, period of forming China's image.

For quote: Artashkina T. A., Hu Yan Li [Image of a country and its construction (example of China)]. *Professionalnoe obrazovanie v sovremennom mire = Professional education in the modern world*, 2016, Vol. 6, no. 3. pp. 510–518 (in Russ). DOI: 10.15372/PEMW20160319.

Введение. Проблема имиджа России во всей своей полноте как-то «вдруг» появилась в постперестроечные годы. Социокультурная революция 1990-х гг., когда в стране стремительно менялись не только социально-политические и социально-экономические условия, но и культура страны, инициировала активизацию интереса и практическую значимость новой отрасли социально-гуманитарной деятельности – связей с общественностью (пиара, PR). Конструирование имиджа конкретного лица стало одним из направлений этой деятельности. И только в 2000-е гг. со всей полнотой зазвучал термин «государственный пиар», а затем и «имидж страны (читай – России)». Освещение в западных СМИ войны на Кавказе, начатой грузинской стороной во время пекинской

Олимпиады, было только верхушкой айсберга под названием «информационная война», являющейся одним из средств конструирования или разрушения имиджа конкретной страны.

События последних лет, как внешние, так и внутренние, – государственный переворот на Украине и последующий острый конфликт с Россией, санкции Запада, наложенные на Россию, последовавший затем экономический кризис и понижение курса рубля, война в Сирии, единение народа России в этих условиях, повышение рейтинга российского президента, непонимание и непризнание собственного народа некоторыми слоями либеральной оппозиции, перевод отдельными либералами слова «патриот» в разряд ругательных и т. д. – все это, а также многое другое резко обозначило глубокую и неразрывную связь имиджа страны и воспитания молодого поколения.

Английское слово «имидж», русское «образ», научный термин (социология и политология) «общественное мнение», по сути, являются синонимами, отражающими разные аспекты одного и того же феномена. При этом общественное мнение является носителем и регулятором системы ценностей, господствующих в конкретном обществе, и опосредованно влияющих не только на политику государства, но и на воспитание молодежи.

Проблема имиджа России в последние годы стала предметом специального изучения. Появились большие научные исследования по данной теме, финансируемые РФФИ и РГНФ. Этой проблеме посвящено немало публикаций. Изучаются такие аспекты имиджелогии и имиджмейкеринга, как основные факторы формирования позитивного имиджа России [1; 2], политико-психологические аспекты имиджа [3], роль информационных войн в формировании имиджа [4], использование культурных особенностей страны и опыт других стран в формировании имиджа России [5], положительный имидж как основа безопасности страны [6], Россия в глазах других стран [7; 8], прикладные аспекты имиджа и др.

Для сегодняшнего Китая стало важным его место в мире, а также его образ – реальный и формируемый. Отличительная черта китайского взгляда на глобальные процессы заключается в том, что это может и должен быть управляемый процесс. Опыт Китая в управлении глобализационными и коммуникационными процессами, к которым относится и формирование имиджа собственной страны, может быть полезен и в России.

Постановка задачи. Основной целью данного исследования стало изучение специфики формирования образа Китая в западной культуре.

Уже несколько веков в своей повседневной жизни Китай оказывается тесно связанным с внешним, особенно с западным миром. Однако не всегда эта связь была ясно осознаваемой.

Стратегия развития современного Китая предполагает сохранение и развитие китайской традиционной культуры в условиях быстрого экономического роста. В декабре 2013 г. Генеральный секретарь КПК Си Цзиньпин отметил, что усиление действия китайской мягкой силы связано с позиционированием Китая на мировой арене и с его международным статусом и степенью международного влияния [9]. Си Цзиньпин также подчеркнул, что необходимо стремиться к распространению современного понимания китайских ценностей, которые являются ценностями социалистическими, но с китайскими особенностями. Необходимо укрепить и расширить внешние коммуникационные платформы, внести современное китайское понимание ценностей во все области международного обмена и сотрудничества [9].

Китайское правительство проводит модернизацию Китая, опираясь на традиционные китайские ценности. Одним из важных оснований, на которые опирается стратегия развития современного Китая, являются следующие положения. Экономические процессы всегда являлись стержнем и транслятором культурных паттернов. Китайская концепция глобализации предполагает не только управляемость процессов глобализации, но и трансляцию с Запада экономических моделей и институтов. Однако источников культурных моделей (духовных ценностей и ментальных практик) – может быть несколько, при этом наряду с другими центрами Китай может стать одним из них.

Задача, поставленная руководством Китая, не может быть решена вне исторического контекста: Китай – одна из немногих стран мира, чей образ в западной культуре формировался несколько столетий. Историческая ретроспектива данного процесса не только позволяет установить общие закономерности взаимодействия иной (китайской) культуры/цивилизации с западной культурой/цивилизацией, но и обнаружить определенные закономерности в самом процессе формирования образа/имиджа иной страны в западной культуре.

Методология и методика исследования. Как известно, информационный подход в исследованиях культуры направлен на выявление качественных характеристик культуры как формы передачи, закрепления, хранения и использования информации. В китайских работах такую роль играют понятия «культурный обмен» и «обменные процессы», которые охватывают огромный круг социокультурных процессов, явлений и феноменов (см., например, [10; 11; 12; 13]).

Один из авторов данной статьи является носителем китайской культуры. При этом наш анализ осуществлялся, исходя из традиций российской научной школы. Поэтому в исследовании пришлось широко применять целый комплекс сравнительных методов, главными из которых были кросс-культурный и сравнительно-исторический методы.

В ходе подготовки статьи пришлось выполнять перевод китайских текстов на русский язык. Эти тексты авторы статьи обычно рассматривали как тексты культуры, которые исторически, социально и антропологически обусловлены. При этом в отдельных случаях приходилось учитывать не только расхождения в трактовках русских и китайских научных терминов, но также специфические особенности русского и китайского языков, что с необходимостью приводит к использованию методов герменевтики и дискурсивному методу.

Анализируя основные элементы китайской традиционной культуры, мы широко использовали дескриптивный метод как метод сбора информации, первичного ее анализа и изложения полученных данных и их характеристик.

Результаты. Образ Китая в западной культуре начал формироваться посредством культурных обменов уже давно. Понятия «культурный обмен» и «обменные процессы» в китайской науке охватывают огромный круг социокультурных процессов, явлений и феноменов, описывают процессы аккультурации и модернизации культуры в разных их формах, односторонние и двусторонние процессы универсализации культуры, позволяют описать определенные закономерности культурного развития Китая. Под влиянием культурного обмена могут измениться поведение и стиль жизни людей. Так, европейские миссионеры не только привезли в Китай новые знания, но и увезли в Европу знания о Китае, его инновациях и культуре, что привело в Европе XVIII в. к увлечению китайкой культурой.

Иезуиты были первыми, кто активно включился в этот процесс. Как указывается в китайской литературе, начиная с 1553 г. миссионеры-иезуиты увозили в Европу китайские медицинские книги, китайские лечебные травы, знакомили европейцев с основами китайской медицины [14, с. 50]. Сведения о культуре Китая проникали в западную культуру вместе с китайской медициной. Простой перенос культурных паттернов из китайской культуры в западную – культурный трансфер стал основным механизмом такого взаимодействия. Именно этот трансфер способствовал незаходящему интересу европейцев к китайской культуре, диффундированию элементов китайской культуры в Европу, а в отдельных случаях и их ассимиляции.

Позже особое место среди каналов, способствующих формированию образа Китая в западной культуре, стали занимать школы китаеведения. В XIX в. сформировались характерные особенности профессионального китаеведения. 1. Изменились субъекты китаеведения: в XVIII в. Китай, как правило, изучали миссионеры, прибывающие в Китай из разных европейских стран; в XIX в. исследования по китаеведению выполняли филологи, в основном во Франции. 2. Главной целью деятельности миссионеров в Китае было распространение христианской религии, а в XIX в. китаеведение превратилось в научное направление. 3. Большинство китаистов становятся профессионалами, которые эффективно используют новые способы мышления и научные методы других гуманитарных наук, чего не делали миссионеры. 4. В период профессионального становления китаеведения уделяется серьезное внимание сравнительным исследованиям межкультурных отношений, основное внимание сосредоточивается на связях Китая с другими азиатскими странами, на связи Китая с внешним миром. Постепенно исследования по китаеведению начинают сосредотачиваться на изучении литературных источников [15, с. 30–31].

В американских университетах сложилась отличная от Европы традиция китаеведения. В США были факультеты китаеведения, факультеты китайского языка или факультеты Восточной Азии, но научные исследования распределялись по разным исследовательским областям. С 1950 г. правительство США потратило много денег на установление исследовательской дисциплины по изучению Китая в американских университетах. В государственных и негосударственных орга-

нах создают специальные подразделения по изучению Китая [16, с. 22, 25].

Однако образ Китая, исторически формирующийся в массовом сознании, отличается от образа Китая, который формируется в академическом сообществе Запада. Если в эпоху Средневековья Китай поражал отдельных европейцев своей необычностью и экзотикой, в XVIII в. представители средних и правящих слоев в Европе восхищались Китаем как «Утопией (идеальной страной)», то в массовой культуре второй половины XIX и XX вв. были распространены маргинальные практики для создания образа Китая: опиекурение, мафия (Триады), работорговля, дискриминация женщин, репрессии коммунистического режима, «нарушение прав человека» и т. п. При этом в основе такого, неположительного, образа действительно лежат конкретные исторические факты, «вынутые» из исторического контекста.

Начиная с периода колонизации и становления капитализма на Западе в процессе целенаправленного формирования образа Китая в международном сообществе можно выделить три больших периода.

Первый период адекватно отражает необходимость оправдания колониальной экспансии Запада. Для этого при формировании образа Китая использовались анахронизм, гипертрофия и абстрагирование. Основными субъектами формирования имиджа Китая того периода стали миссионеры, ученые-гуманитарии, бизнесмены. Начиная с конца династии Мин (1368–1644 гг.) Китай стал испытывать активный процесс вестернизации.

Профессор американского Йельского (Yale) университета Jonathan Spence, известный специалист по китайской истории, бывший президент Американской исторической ассоциации, написал книгу «Поиск современного Китая» (Search for Modern China). В предисловии к своей книге профессор J. Spence пишет: «После 1600-го года судьбой Китая стало сотрудничество с другими странами в области изучения необходимых ресурсов, товарообмена, обмена и расширения знаний». Другими словами, начиная с 1600-го года, даже если бы Китай и очень сильно захотел стать автокоммуникационным государством, он не сумел бы это сделать. Китай стал открытым государством не в результате опиумных войн XIX в., а гораздо раньше (цит. по: [10, с. 108]).

Второй период формирования образа Китая ознаменован вступлением капиталистической системы в постиндустриальную стадию. Теперь потребности постиндустриального общества в интеллектуальных ресурсах привели к необходимости формирования положительного образа Китая. Основным каналом трансляции положительного образа Китая в западном мире становится искусство. Особенностью этого периода является контроль этого процесса западными институтами, осуществляющими отбор транслируемых ценностей и трансформацию китайских паттернов культуры в соответствии с потребностями западного реципиента.

По данным издания «Библиография литературы по китаеведению», находящегося в библиотеке американского Колумбийского университета, с XVI в. до 1924 г. на Западе числилось 7737 китаистов [17, с. 196].

В последние десятилетия издательство Кембриджского университета опубликовало много книг по китайской истории и китайской культуре, среди которых – «Кембриджская история Китая (The Cambridge History of China)», являющаяся самым полным англоязычным справочным изданием по истории Китая [17, с. 213]. В написании этого труда приняли участие 105 китаистов из Англии, США, Германии, Франции, Голландии, Швейцарии, Австралии, Японии, Гонконга, Тайваня, Малайзии, Сингапура и других стран и регионов. Заметим, что в основном это были английские и американские китаисты.

Как отмечают китайские авторы Чжоу Вэньхуа и Лян И, образ Китая на Западе не остается постоянным. Так, по данным Gallup Poll (американского Института общественного мнения Джорджа Гэллапа), в 1966 г. американцы считали, что китайцы трудолюбивы, невежественны, воинственны, хитры и коварны. Значительно позже, через месяц после того как американской президент Р. Никсон посетил Китай (1972 г.), по данным Института Гэллапа (Gallup Poll), американцы считали, что китайцы трудолюбивы, стремятся вперед, честные и обладают собственной культурой [18]. Авторы этой публикации считают, что изменение образа Китая в глазах американцев в первую очередь связано с началом политики реформ и открытости, которая, по мнению американцев, соответствовала интересам Запада.

Третий период в формировании образа Китая связан со вступлением Китая в глобальное сообщество как одного из субъектов глобализации. Концепт глобализации вошел в китайскую науку.

Особенностью этого периода является создание положительного образа Китая как совместная деятельность западных и китайских социальных институтов и субъектов. Важнейшей отличительной чертой формирования имиджа Китая в этот период является его конструирование политической элитой Китая.

Анализируя процессы экономической и культурной глобализации, китайские исследователи считают, что глобализация оказывает влияние на Китай двояким образом. Действительно, в результате политики реформ и открытости Китай начал быстро развиваться во всех областях, особенно в экономике. Но одновременно Китай ощутил негативное воздействие глобализации: глобальный кризис, глобальное загрязнение окружающей среды, глобальные болезни. Несмотря на управляемый процесс глобализации, существует угроза того, что китайская традиционная культура способна исчезнуть под воздействием западной культуры.

Заметим, что российские исследователи признают управляемость процессов глобализации в Китае. Например, по мнению видного российского специалиста в области глобальных исследований А. Н. Чумакова, проблема глобального управления уже в ближайшее время сделается одной из центральных тем в современной глобалистике [19]. Оценивая результаты преобразований, проводимых в Китае, А. Н. Чумаков пишет: «Традиции, культура и возможности диалога интересуют китайцев не меньше, когда дело касается экономики, внутренней и внешней политики» [20, с. 175].

Однако не все исследователи, как российские, так и зарубежные, положительно оценивают стремление Китая, направленное на распространение национальной культуры и языка. Так, российская исследовательница А. В. Бояркина опасается, что стремление Китая глубоко влиться в мировые процессы может привести к обострению борьбы восточной и западной систем ценностей, которого уже не избежать [21, с. 118]. Другие же видят в таком стремлении Китая возрождение китайского национализма.

Элементы традиционной культуры глубоко укоренены в китайском обществе и сегодня. Однако эти элементы при их инкорпорации в западную массовую культуру подвергаются коррозии и трансформируются. Культурный герой, посредством которого на Западе формируется положительный образ Китая, является носителем западных ценностей, что отвечает представлениям западного обывателя.

Образ Китая в массовом западном сознании изменился. Современный кинематограф его более романтизировал. Акцент делается на героя – защитника угнетенных (герой – одиночный спаситель мира). Однако при этом этические нормы китайцев сильно адаптировались к западному мышлению и восприятию. Остались только сила и ловкость китайских боевых искусств. Ярчайший пример – широко известный на западе и в России мультфильм «Кунг-фу Панда». Китайский исследователь Хуан Хайянь отмечает, что полнометражный анимационный фильм «Кунг-фу Панда» отражает понимание китайской культуры, существующее у европейцев и американцев [22, с. 63].

В русскоязычном Интернете также есть рецензии на этот фильм. Восхищаясь этим фильмом, российские рецензенты, тем не менее, отмечают, что он успешно представляет западные ценности, а не китайские. «Мультфильм оставляет самые наилучшие впечатления, поражая и радуя зрителей всех возрастов своей душевностью, через которую удастся познать самую настоящую духовность, а также узнать о том, кто ты есть и где находится твое призвание. При этом он умудряется не потерять политическую направленность и с успехом проталкивать интересы США во всем мире...» [23].

Как видим, этот мультфильм продемонстрировал, что Голливуд значительно ассимилировал многие элементы традиционной китайской культуры, но адаптировал их к западному ее восприятию. Исчезли национальный культурный смысл и национальная культурная символика заимствуемых элементов, и поэтому китайские авторы в своих комментариях к фильму специально обращают внимание на это обстоятельство.

В настоящее время существует несколько каналов, позволяющих формировать образ Китая за рубежом: политическая публицистика в средствах СМИ; китаеведение как научный канал; массовая культура; искусство; китайская диаспора, находящаяся за рубежом.

Политика открытости современного Китая привела к тому, что Китай стал занимать одно из ведущих мест в мировой экономике. В конечном счете Китай стал теснить США, глобализация, протекающая в политике, экономике и культуре, позволила Китаю использовать ее возможности

в собственных целях.

Статьи о Китае в американских СМИ занимают одно из центральных мест среди публикаций, посвященных зарубежным странам. Анализируя статьи о Китае в одном из ведущих американских журналов – политическом журнале Newsweek за период с января 2008 г. по апрель 2009 г. и с января 2011 г. по апрель 2012 г., Э. Г. Меграбова обращает внимание на то, что на страницах Newsweek Китай предстает как страна противоречий, что находит свое отражение в оппозициях силы – слабости, подъема Китая и наличия массы проблем: контрастами между бедными и богатыми, расхождениями между полами, центром Китая и его провинциями и т. д. [24, с. 112]. На основе проведенного исследования Э. Г. Меграбова делает вывод о том, что, как полагают журналисты Newsweek, новый подход требует нового поворота в американо-китайских отношениях. Идеологическая пропозиция в этом случае приводит к выводу о необходимости прагматического использования Соединенными Штатами возможностей Китая [24, с. 114].

В последние годы усилия Китая направлены на позиционирование себя во внутреннем и внешнем мировом пространстве не только через СМИ и кинофильмы, создающие положительный образ Китая и базовых элементов его культуры. Политическое руководство и научное сообщество Китая считают, что, зная культуру Китая, народы других стран объективно заинтересуются и самим Китаем, и его экономикой. При этом основной целью формирования нового образа Китая в настоящий момент является не только трансляция культурных ценностей на западную аудиторию, но и их сохранение и укрепление в китайской среде с целью противостояния вестернизации китайской культуры.

Выводы. В данной работе подробно описаны история формирования образа Китая в западной культуре и основные каналы, по которым этот образ формируется. Можно заметить, что основные закономерности формирования образа Китая характерны не только для Китая, они в первую очередь должны быть отнесены к специфике взаимодействия Запада со своими партнерами. А это, в свою очередь, означает, что не только опыт Китая, направленный на противостояние активной вестернизации со стороны Запада, должен быть объективно изучен, но также должен быть изучен опыт формирования образа в западной культуре и других стран.

Формирование образа другой страны, иной культуры должно опираться не на западное понимание толерантности и уже развенчавший себя мультикультурализм, а на диалог, который требует объективности содержания образа/имиджа другой страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Безотосный И. А.** Факторы формирования и репрезентации позитивного имиджа России // Теория и практика общественного развития. 2011. № 3. С. 23–26.
2. **Головлева Е.** Факторы укрепления международного имиджа и репутации России // Власть. 2012. № 1. С. 106–108.
3. **Канарш Г. Ю.** Демократия и особенности российского национального характера (к политико-психологическим аспектам имиджа России) // Знание. Понимание. Умение. 2009. № 3. С. 64–77.
4. **Василенко И. А.** Формирование нового образа России «после Крыма»: парадоксы информационной войны // Власть. 2014. № 10. С. 204–208.
5. **Василенко И.** Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта // Власть. 2013. № 7. С. 24–28.
6. **Жукова П.** Имидж России и ее безопасность: диалектика взаимосвязи // Власть. 2010. № 2. С. 53–55.
7. **Медведева Н. Н.** Имидж России в современном мире // Среднерусский вестник общественных наук. 2006. № 1. С. 116–120.
8. **Ли Суйань.** Имидж России в глазах общественности КНР // Ойкумена. 2014. № 1. С. 113–121.
9. «习近平总书记系列重要讲话读本» 第6项 : 创造中华文化新的辉煌 – 关于建设社会主义文化强国 [Электронный ресурс] // 人民网-人民日报. 2014年. 7月9日. URL: <http://theory.people.com.cn/n/2014/0709/c40531-25256140.html> (дата обращения: 15.12.2015). («Важные заявления генерального секретаря Си Цзиньпина». Пункт шестой: Создать новую китайскую культуру и достигнуть новой славы – о строительстве социалистической культуры и создании мощного государства // Народный сайт – Жэньминь жибао. 2014. 9 июля.)
10. 全球史中的文化中国 / 清华国学院. 北京 : 北京大学出版社, 2014. (История культуры Китая в контексте глобализации // Школа народной литературы университета Цинхуа. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2014)
11. 檀江林. 中国文化概论. 合肥, 2009. (Гань Цзянь Линь. Обзор китайской культуры. Хэ Фэй, 2009)

12. 沈福伟. 西方文化与中国. 上海 : 上海教育出版社, 2003. (Шэнь Фувэй. Западная культура и Китай. Шанхай: Шанхайское образовательное издательство, 2003)
13. 云德. 全球化语境中的文化选择. 北京 : 人民文学出版社, 2008. (Юнь Дэ. Культурный выбор в контексте глобализации. Пекин: Издательство народной литературы, 2008)
14. 赵春晨, 何大进, 冷东. 中西文化交流与岭南社会变迁. 北京 : 中国社会科学出版社, 2004. (Чжао Чуньчэнь, Хэ Дацзинь, Лэн Дун. Китайский и западный культурный обмен и социальные изменения в Южном Китае. Пекин: Китайское социальное научное издательство, 2004)
15. 龙云. 法国汉学专业的兴起 // 国际汉学. 2007年12月31日 第7–32页. (Лун Юнь. Зарождение и развитие французского профессионального китаеведения // Международное китаеведение. 2007. 31 декабря. С. 7–32)
16. 陈跃红. 汉学家的文化血统 // 国际汉学. 2003年5月31日 第9–36页. (Чэнь Юехун. Культурное наследие китаистов // Международное китаеведение. 2003. 31 мая. С. 9–36)
17. 阚维民. 剑桥汉学的形成与发展 // 国际汉学. 2004年3月31日 第192–218页. (Кань Вэйминь. Становление и развитие китаеведения в Кембридже // Международное китаеведение. 2004. 31 марта. С. 192–218.)
18. 周文华, 梁怡. 西方人眼中的 «中国形象» // 北京日报. 2013. 年10月28日. (Чжоу Вэньхуа, Лян И. «Образ Китая» в глазах европейцев // Пекинская дневная газета. 2013. 28 октября.)
19. Чумаков А. Н. Глобальный мир: проблема управления // Век глобализации. 2010. № 2. С. 3–15.
20. Чумаков А. Н. Культура и вызовы глобализации: новые подходы // Век глобализации. 2011. № 2. С. 174–180.
21. Бояркина А. В. Язык и культура Китая как эффективные инструменты «мягкой силы» в реализации внешней политики КНР // Теория и практика общественного развития. 2014. № 12. С. 115–118.
22. 黄海燕. «功夫熊猫»: 中国人熟悉的陌生人-论西方文化对中国文化的同化 // 江汉大学学报 (人文科学版). 2010. Vol. 29. № 6. 第63–67页. (Хуан Хайянь. «Кунг-фу Панда»: незнакомый, с которым знакомят китайцев – ассимилирование китайской культуры западной культурой // Газета Цзянханьского университета (гуманитарные науки). 2010. Т. 29. № 6. С. 63–67.)
23. Рецензия – 2008 – Кунг-фу Панда [Электронный ресурс] / Kung Fu Panda (реж. Марк Осборн, Джон Стивенсон) // Наша Молодежь. URL: http://nasha-molodezh.ru/creation/recenzija_2008_kung_fu_panda_kung_fu_panda_rezh_mark_osborn_dzhon_stivenson.html (дата обращения: 08.01.2016).
24. Меграбова Э. Г. Динамика образа Китая в дискурсе журнала Newsweek (2008–2012: лингвистический аспект) // Известия Восточного Института. 2013. № 21 (1). С. 110–116.

REFERENCES

1. **Bezotosnyy I. A.** [Factors of forming and representing a positive image of Russia]. *Teoria i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and Practice of Social Development*, 2015, no. 3. pp. 23–26 (in Russ).
2. **Golovleva E.** [Factors of strengthening international image and reputation of Russia]. *Vlast = Power*, 2012, no. 1. pp. 106–108 (in Russ).
3. **Karnash G. Iu.** [Democracy and specific features of Russian national character (about political and psychological aspects of Russia' image)] *Znanie. Ponimanie. Umenie = Knowledge. Understanding. Ability*, 2009, no. 3. pp. 64–77 (in Russ).
4. **Vasilenko I. A.** [Forming a new image of Russia “after the Crimea”: paradoxes of informational war]. *Vlast = Power*, 2014, no. 10. pp. 204–208 (in Russ).
5. **Vasilenko I.** [Image strategy in Russia in the context of global experience]. *Vlast = Power*, 2013, no. 7. pp. 24–28 (in Russ).
6. **Zhukova P.** [Image of Russia and its security: dialectics of interconnection]. *Vlast = Power*, 2010, no. 2. pp. 53–55 (in Russ).
7. **Medvedeva N. N.** [Image of Russia in the modern world], *Srednerusskii vestnik obschestvennyh nauk = Mid-Russian Bulletin of Social Sciences*, 2006, no. 1. pp. 116–120 (in Russ).
8. **Lee Suyan** [Image of Russia in PRC's society], *Oikumena = Oecumene*, 2014, no. 1. pp. 113–121 (in Russ).
9. «习近平总书记系列重要讲话读本» 第6项: 创造中华文化新的辉煌 – 关于建设社会主义文化强国 // 人民网-人民日报. 2014年. 7月9日. Available at: <http://theory.people.com.cn/n/2014/0709/c40531-25256140.html> (accessed December 15, 2015). (Important statements of Xi Jinping, Secretary General. Paragraph 6: to create new Chinese culture and achieve new progress – on construction of socialistic culture and establishment of powerful nation). (in Chinese).
10. 全球史中的文化中国 / 清华国学院. 北京 : 北京大学出版社 [History of Chinese culture in the context of globalization], Beijing, Beijing University Publishing House, 2014 (in Chinese).
11. **Tang Jiang Lin.** 檀江林. 中国文化概论. 合肥 [Review of Chinese culture]. Hae Fai, 2009 (in Chinese).
12. **Shen Fuway.** 沈福伟. 西方文化与中国. 上海 : 上海教育出版社 [Western Culture and China]. Shanghai: Shanghai Publishing house, 2003 (in Chinese).

13. **Yun Dae.** 云德. 全球化语境中的文化选择. 北京: 人民文学出版社 [Cultural choice in the context of globalization]. Beijing, Public literature publishing house 2008 (in Chinese).
14. **Zhao Chungchen, Hae Dajing, Lan Dung.** 赵春晨, 何大进, 冷东. 中西文化交流与岭南社会变迁. 北京: 中国社会科学出版社 [Chinese and western cultural exchange and social changes in South China]. Beijing, Chinese social research publishing house, 2004 (in Chinese).
15. **Lung Yun** [Birth and development of French professional Chinese studies] 国际汉学 = *International Chinese Studies*, 2007, December 31. pp7–32 (in Chinese).
16. **Cheng Yuehun** [Cultural heritage of Chinese studies experts]. 国际汉学 = *International Chinese Studies*, 200, May 31. Pp. 9-36 (in Chinese).
17. **Kan Waymin** [Establishment and development of Chinese studies in Cambridge] 国际汉学 = *International Chinese Studies*, 200, March 32. pp.192–218 (in Chinese).
18. **Zhou Wanhua, Lyang I.** [Image of China in Europe]. 北京日报 = *Beijing Day Newspaper*, 2013, October 28 (in Chinese).
19. **Chumakov A. N.** [Global world: management problem], *Vek Globalizatsii = Globalization Age*, 2010, no. 2. pp. 3–15 (in Russ.).
20. **Chumakov A. N.** [Culture and globalization challenges: new approaches], *Vek globalizatsii = Globalization Age*, 2011, no. 2. pp. 174–180 (in Russ.).
21. **Boiarkina A. V.** [Language and culture of China as efficient tools of “gentle force” in foreign policy of PRC]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and Practice of Social Development*, 2014, no. 12. pp. 115–118 (in Russ.).
22. **Huang Haiyang** [Kung-Fu Panda: a stranger introduced to Chinese – assimilation of Chinese culture by Western culture]. 江汉大学学报 (人文科学版) = *Newspaper of Jiangnan University (Humanities)*, 2010. Vol. 29, no. 6. pp. 63–67 (in Chinese).
23. **Review – 2008 – Kung-Fu Panda / Kung Fu Panda** (directed by Marc Osborn and John Stevenson), *Nasha Molodezh = Our Young People*. Available at: http://nasha-molodezh.ru/creation/recenzija_2008_kung_fu_panda_kung_fu_panda_rezh_mark_osborn_dzhon_stivenson.html (accessed January 8, 2016).
24. **Megrabova E. G.** [Dynamics of China’s image in Newsweek discourse (2008–2012: linguistic aspect)]. *Izvestiya Vostochnogo Instituta = Bulletin of Oriental Institute*, 2013, no. 21 (1). pp. 110–116 (in Russ.).

Информация об авторах

Арташкина Тамара Андреевна – доктор философских наук, профессор, Дальневосточный федеральный университет, Школа искусства, культуры и спорта, кафедра культурологии и искусствоведения (690922, г. Владивосток, остров Русский, поселок Аякс, 10, кампус ДВФУ, корпус S, 4 уровень, дирекция ШИКС, e-mail: tam.artand@gmail.com, artash@mail.primorye.ru).

Ху Яньли – аспирант, Дальневосточный федеральный университет, Школа искусства, культуры и спорта, кафедра культурологии и искусствоведения (КНР, e-mail: huyanlimasha@yandex.ru).

Принята редакцией: 14.03.2016

Information about the authors

Tamara A. Artashkina – Doctor of Philosophic Sc., Professor at the Chair of Cultural science and Art Studies at the School of Arts, Culture and Sports of Far Eastern Federal University (FEFU) (10 Ajax village, campus of FEFU, Building S, level 4, the Russian Island, 690922 Vladivostok, e-mail: tam.artand@gmail.com, artash@mail.primorye.ru).

Hu Yan Li – PhD-student at the Chair of Cultural science and Art Studies at the School of Arts, Culture and Sports of Far Eastern Federal University (FEFU) (People’s Republic of China, e-mail: huyanlimasha@yandex.ru).

Received 14 March 2016