

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ КНР В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Чжао Тяньтянь

Чжао Тяньтянь, Российский университет дружбы народов, ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, 117198, Россия. E-mail: zhchao@bk.ru

Аннотация. В статье рассматривается проблема формирования имиджа КНР в российском обществе на современном этапе. Её актуальность обусловлена интенсивным развитием отношений между двумя странами. В научных исследованиях часто рассматриваются экономические, культурные, внешнеполитические аспекты их взаимодействия, однако оно ранее не рассматривалось в фокусе анализа имиджа. Методология исследования базируется на подходе к имиджеобразованию как к направленному процессу изменения и корректировки общественного мнения целевой группы. Целью исследования является уточнение исторических предпосылок складывания современного образа Китая, определение основных направлений и факторов имиджеобразования. Среди последних выделяются такие, как экономическое развитие КНР, пропаганда китайского языка и культуры в России. Затрагивается роль средств массовой информации в данном процессе. По итогам исследования автором был сделан вывод о позитивной динамике в формировании имиджа КНР в российском обществе, обусловленной симпатиями к модели и динамике её экономического развития. Основными каналами создания общественного мнения при этом являются китайские русскоязычные СМИ и российские СМИ, аудитория которых получает в основном положительно окрашенную информацию о внутренних процессах в КНР и российско-китайских отношениях. В то же время диагностируется относительно слабое знакомство россиян с китайской культурой, недостаточно детализированные представления о ней, что создает резерв для дальнейшего развития имиджевой составляющей взаимодействия. Результаты исследования могут быть использованы как для дальнейшего углубления представлений об исследуемой проблематике, так и для решения прикладных проблем, возникающих в российско-китайских отношениях на современном этапе.

Ключевые слова: национальный имидж, Китай, «мягкая сила», Институты Конфуция, внешняя политика.

В социально-гуманитарных науках проблема создания и поддержания имиджа страны является весьма актуальной. Перед любым государством стоит задача сделать свою политику одобряемой мировым сообществом, экономику — привлекательной для инвесторов, культурные достояния — интересными для туристов. С учетом вышеперечисленных целей становится очевидным, что имидж страны сейчас, в условиях мировой глобализации, следует считать крайне важным стратегическим ресурсом. Позитивное восприятие государства, его населения, уровня его экономики и особенностей культуры позволяет проводить более стабильную, продуманную и выгодную внешнюю и внутреннюю политику.

Вслед за рядом исследователей мы разделяем понятия «образ» и «имидж» по критерию стихийности / осознанности формирования. Образоформирование — это стихийно складывающееся восприятие, в нём отсутствует изначально заданная цель. Имидж формируется сознательно, хотя, конечно, не может являться полностью конструируемым образом и даже способен создавать впечатление «искусственности», «надуманности» в том случае, если усилия по его формированию слишком заметны и далеко расходятся с устоявшимися представлениями о стране (Мировая политика..., 2010). Итак, под имиджем Китая мы понимаем тот образ страны, который складывается в представлении большинства россиян на данном этапе и на который возможно целенаправленно повлиять либо напрямую, либо опосредованно.

Позитивный образ Китая в глазах россиян и России в глазах жителей Китая является необходимым условием для плодотворного сотрудничества двух стран во всех сферах. Наличие протяженной границы и постоянные продолжительные контакты, внешне- и внутриэкономический потенциал огромных по масштабам государств предполагают, что ясность и глубина взаимопонимания двух стран необходимы не только для внешнеполитических отношений, но и для благополучного внутреннего развития этих стран. Это и обуславливает возросший в последнее десятилетие интерес исследователей к тому образу Китая, который складывается в сознании граждан России.

Имидж страны всегда формируется посредством оценки ряда элементов: политика государства, экономика, социальная сфера, культура, география и др. Как верно замечает И.В. Сидорская, выделение наиболее значимого для имиджа элемента ситуативно и зависит как от целей и задач исследования, так и от целевой аудитории данного имиджа (Сидорская, 2015). Поэтому мы наметим основные векторы, по которым формируется национальный имидж Китая, но не будем стремиться выделить главнейший.

Одним из важнейших ресурсов формирования имиджа Китая является уровень его экономического развития. По словам заместителя руководителя исследовательского центра внешних связей CIPG Юй Юньцюань, улучшение национального имиджа Китая и экономическое развитие стран взаимозависимы (Обзор: улучшение..., 2015). Китай стоит на втором месте в мире — после США — в рейтинге стран по размеру ВВП (12237,7 млрд. дол.) и на первом по росту ВВП (6,6%). Следует отметить, что Россия находится в рейтинге на 13-м месте. По опросам российского Фонда «Общественное мнение» на вопрос «Какая страна развивается сегодня более успешно, Россия или Китай» 68% респондентов выбрали Китай, в успешности России уверено 18% процентов, а почти столько же, 16% опрошенных, затруднились с ответом (Китай. Представления россиян..., 2018). Китай является одним из важнейших экономических партнеров России, а в период современной нестабильности воспринимается и как один из самых надежных. На настоящий момент активно обсуждаются возможности осуществления концепции Большого Евразийского партнерства на базе евразийского экономического союза и китайской инициативы «Один пояс — один путь» (Матвеев, 2018, 268). Меняется и обыденное восприятие китайской экономики в России. Уходит то время, когда Китай ассоциировался с дешевыми, плохого качества товарами. Теперь всё чаще «китайское» означает «качественное и доступное». Так, на российском рынке смартфонов в середине 2018 г. впервые за 10 лет сменился лидер: корейский Samsung уступил первенство китайскому бренду Huawei. В целом следует сказать, что стратегия массированного продвижения, которую осуществляет сейчас китайский бизнес, вносит немалый вклад в создание позитивного имиджа Китая.

Весьма эффективным является использование в качестве инструмента создания положительного образа китайской культуры и китайского языка. В 2003 г. было подписано соглашение, в рамках которого КНР и РФ взяли на себя обязательства способствовать распространению интереса к языку державы-соседа. КНР прекрасно осознает, что сложность китайского языка является одной из причин формирования неполного, ущербного образа о КНР, поэтому всеми силами стремится восполнить этот пробел. Важнейшую роль в этом процессе играют Институты Конфуция и классы Конфуция. Они представляют собой глобальную сеть культурно-образовательных

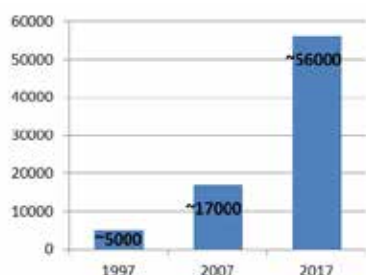


Рис. 1. Динамика прироста количества изучающих китайский язык в России, 1997–2017 гг.

Fig. 1. Growth dynamics of learners of Chinese in Russia, 1997–2017



Рис. 2. Основные образовательные площадки для изучения китайского языка в России

Fig. 2. Main educational sites for learning Chinese in Russia: schools; universities, courses, Confucius institutes

центров на базе зарубежных учебных заведений. В России на сегодняшний момент действует 21 центр. Институты не только проводят обучение китайскому языку, но также дают возможность пройти квалифицированный экзамен на знание китайского языка (Hanyu Shuiping Kaoshi), успешная сдача которого позволяет принять участие в стажировке на территории Китая. Кроме того, Институты Конфуция проводят различные конкурсы творческого характера, научные конференции, спортивные мероприятия, организуют творческие встречи и просветительские поездки в Китай. Формирование имиджа посредством Институтов Конфуция эффективно в том числе и потому, что нацелено на молодежь, поскольку ее мнение о Китае и будет чрезвычайно важным в следующие 10–15 лет. Как замечают исследователи (Леонтьева, Белокопытова, 2019), подобная политика является очевидным применением «мягкой силы» в долгосрочной перспективе и отвечает стратегическим планам КНР. Однако следует отметить, что в России деятельность Институтов Конфуция не всегда находит одобрение и поддержку (Расперова, 2013; Самойлова, Лобанова, 2017).

Стабильно растущий в российском обществе интерес к китайскому языку — еще одно проявление стратегии «мягкой силы» и свидетельство положительного восприятия и высокой оценки россиянами Китая, его культуры и растущего экономического влияния. По данным Регионального центра лингвистических исследований (РЦЛИ), в условиях упрочняющихся экономических отношений России с Китаем наблюдается повышение популярности китайского языка: за 20 лет количество изучающих китайский выросло более чем в 10 раз — с 5 тыс. в 1997 г. до 56 тыс. в 2017 г. (рис. 1) (Китайская грамота..., 2017). При этом популярность растёт на всех уровнях и формах обучения — в общеобразовательных школах (за 10 лет, с 2007 г. по 2017 г., с 10994 чел. до 17188), вузах (за 20 лет число изучающих китайский выросло в 10 раз), Институтах Конфуция, на языковых курсах (здесь подсчет затруднен отсутствием достоверно проверяемых статистических данных, но только в одной Москве за 10 лет с 2007 г. число курсов, предлагающих учащимся программы по китайскому языку, увеличилось в 5 раз), у частных репетиторов (рис. 2). Неудивительно, что наибольший прирост наблюдается в столице и в областях России, граничащих с КНР.

Более того, 2019 г. стал, в определенной степени, знаковым для китайского языка в России: китайский язык вошел в список дисциплин, по которым сдается Единый государственный экзамен.

Уровень культурной привлекательности Китая в глазах россиян можно проследить не только по увеличению популярности китайского языка. Китай остается весьма привлекательным с туристической точки зрения, хотя и продолжает уступать европейским странам. Данные аналитического агентства Турстат весьма оптимистичны: если в 2017 г. с туристическими целями в Китай выехало 2,003 тыс. российских граждан (+20% по отношению к 2016 г.), то в 2018 г. — 2,018 тыс. (Выездной туризм..., 2018; Итоги выездного туризма, 2017). Заметен небольшой, но постоянный рост, несмотря на экономические трудности в России и частичную переориентацию россиян на внутрироссийский туристический рынок.

Также постепенно растёт и интерес россиян к другим аспектам китайской культуры. Если в 2015 г., по данным ФОМ (Интерес россиян к Китаю..., 2015; Китай. Представления россиян..., 2018), на вопрос: «Вы когда-нибудь читали статьи или книги, смотрели фильмы, передачи, посвященные Китаю, или нет?» положительно ответили 47% респондентов, то в 2018 г. — уже 52%. Как отмечают некоторые исследователи, в последние годы власти КНР начали использовать и новый формат — создание и продвижение на мировой рынок, в том числе российский, фильмов, анимационных фильмов и онлайн-видеоигр (Койне, Франц, 2017). Однако на нынешний момент в официальном российском прокате картины китайского кинематографа представлены крайне скудно. Впрочем, интерес к китайскому кинематографу в России развивается и некоторыми не столь очевидными путями. Например, явно растёт популярность китайских сериалов — в России за последние 10 лет в разы выросло количество поклонников китайских многосерийных фильмов. На одном из самых популярных сайтов (doramav.ru) число китайских сериалов сейчас уже достигло 2118.

Еще одним направлением формирования положительного имиджа страны является политика Китая в медиа пространстве, в которой можно выделить две стороны. Первая — это русскоязычные СМИ КНР. С сентября 2015 г. создано несколько русскоязычных сетевых ресурсов: сайт на русском языке Китайского государственного информационного агентства «Синьхуа», сетевая версия газеты «Жэньминь Жибао», веб-портал «Китайский информационный интернет-центр. Russian.CHINA.ORG.CN», русская редакция международного радио Китая (russian.cri.cn), журнал «Китай», а также сайт Министерства иностранных дел КНР. Кроме того, функционирует русскоязычный канал «CCNV-Русский». Однако воздействие китайских СМИ на российскую аудиторию ограничено: целенаправленно, а не случайно, «CCNV-Русский» в России смотрят в большей степени на территориях, близких к китайской границе; та же ситуация с МРК, Международным радио Китая. Коммуникативная стратегия китайских СМИ направлена на формирование сильного и современного образа Китая в глазах России (Монастырёва, 2009). С одной стороны, она позволяет преодолеть негативные стереотипы русскоязычной аудитории, с другой — вызывает у этой аудитории подсознательное напряжение и внутреннее несогласие.

Вторая сторона — это деятельность российских СМИ на территории России, именно через них российские граждане получают информацию о Китае, на основе которой и выстраивается имидж КНР. Данный аспект имиджеформирования вызывает неугасающий интерес исследователей, что подтверждается количеством работ по этому вопросу (Чжан Хуэйцзинь, 2014; Юй Даньхун, Гу Цянь, 2015; Ду Цюаньбо, 2016). В целом, имидж Китая формируется в российских СМИ в зависимости от

информационной картины дня и следует за интересами тех источников, которые сообщают о событиях избирательно и не всегда объективно. Разброс в оценке Китая в российских СМИ огромен — от опасного врага, стремящегося захватить российские территории, до друга и товарища с высокоразвитой экономикой и тысячелетней культурой.

Факторы и методы формирования имиджа Китая в России не ограничиваются перечисленными, но позволяют составить достаточно полное представление об основных тенденциях образотворения Китая на современном этапе. Результаты же имиджевой политики Китая наиболее ярко видны на статистическом материале.

В рамках нашего исследования интересным представляется анализ статистических опросов, проведенных исследовательской организацией Pew Research Center в 2015–2018 гг. среди российских граждан (табл. 1) (Globally, More Name..., 2017; International Publics Divided on China, 2018; Views of China..., 2015).

Налицо уверенно высокий процент опрошенных респондентов, которые одобряют Китай, что явно свидетельствует о том, что имидж КНР в Российской Федерации в целом можно назвать стабильно положительным.

Близко к указанным итогам стоят и данные внутрироссийских статистических опросов. По данным ВЦИОМ, Китай в глазах жителей России остается партнёром и союзником, а прогноз российско-китайских отношений носит позитивную окраску (табл. 2) (Как Вам кажется..., 2017). Как было отмечено генеральным директором ВЦИОМ В. Федоровым, не последнюю роль в таких теплых отношениях играют напряженные отношения России с США, в условиях которых Китай предстает как надежный друг, испытывающий те же сложности в отношении ряда стран Запада (Россия — Китай — США: отношения..., 2017).

В 2018 г. широкомасштабное исследование отношения россиян к Китаю провел Фонд «Общественное мнение», которое позволяет увидеть динамику отношения россиян к Китаю за пять лет, с 2014 г. по 2018 г. (результаты в таблице приведены в процентах, зафиксировано мнение, высказанное по отношению Китаю) (табл. 3) (Россия: друзья, враги..., 2018).

При этом количество россиян, хорошо или хотя бы на начальном уровне знакомых с китайской культурой, не так уж много. Как мы уже отмечали, всего 52% респондентов читали статьи, книги или смотрели фильмы, посвященные Китаю, 57% уверены, что русская и китайская культуры сильно различаются, россиянам больше интересна европейская, а не китайская культура (35% против 12% соответственно), а 68%, принявших участие в опросе, ни разу в жизни не общались с китайцами (Китай. Представления россиян..., 2018). Таким образом, можно констатировать, что на нынешний момент положительный имидж Китая в России в первую очередь формируется и зависит от экономической мощи и динамического развития КНР.

Итак, имидж Китая в современном российском обществе формируется в рамках стратегемы «мягкой силы» и является стабильно положительным. Образ Китая в России на данный момент улучшается благодаря целенаправленной политике КНР путем расширения знакомства граждан РФ с культурой, традициями и языком Китая. Однако наиболее существенной причиной положительного восприятия Китая в России был и остается уровень экономического развития КНР и потенциальные возможности партнерства двух стран.

Таблица 1. Отношение российских граждан к Китаю

Table 1. The Russian citizens' attitude to China

Год	«Одобряете ли вы Китай?» (в процентах) “Do you approve of China?” (%)
2014	64
2015	79
2017	70
2018	65

Таблица 2 Восприятие Китая россиянами

Table 2. The Russians' perception of China

1. Как Вам кажется, кем сегодня является Китай для России? (%)

1. What is China for Russia in your opinion?

	2005 г.	2007 г.	2009 г.	2014 г.	2017 г.
Стратегический и экономический партнер <i>Strategic and economic partner</i>	34	36	41	49	50
Дружественное государство, союзник <i>A friendly state, an ally</i>	22	27	19	36	27
Экономический и политический соперник, конкурент <i>An economic and political rival; a competitor</i>	24	21	24	8	10
Враждебное государство, вероятный противник <i>A hostile state, a likely antagonist</i>	4	4	4	1	5
Затрудняюсь ответить <i>Hard to answer</i>	16	12	12	6	8

2. Как Вы думаете, в XXI в. Китай будет другом или врагом России? (%)

Will china be Russia's friend or enemy in the XXI century? (%)

	2005 г.	2007 г.	2009 г.	2014 г.	2017 г.
Союзником, дружественным государством <i>An ally, a friendly state</i>	22	28	20	43	37
Близким партнером <i>A close partner</i>	26	24	27	36	38
Опасным соседом, соперником <i>A dangerous neighbor, contestant</i>	25	20	24	9	14
Противником, врагом <i>An antagonist, an enemy</i>	6	4	5	1	2
Затрудняюсь ответить <i>Hard to answer</i>	21	24	24	11	9

Таблица 3 Динамика отношения россиян к Китаю

Table 3. The Dynamics of the Russians' attitude to China

	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
С какими из стран, по вашему мнению, у России сейчас наиболее близкие, дружественные отношения? With what countries, in your opinion, does Russia have the closest and the most friendly relations?	54	60	56	62	58
Как вы считаете, сотрудничество с какими из стран сейчас важнее всего для российской экономики? Cooperation with what countries, in your opinion, is now most important for Russian economy?	56	60	49	48	48
Какая из стран, по вашему мнению, является для России самым нужным, самым ценным партнёром? What country, in your opinion, is the most necessary and valuable partner for Russia?	31	35	32	33	33

Библиографический список

- Выездной туризм из России в 2018. Рейтинг зарубежных стран российских туристов (2018). *Сайт ТурСтат*. Режим доступа <http://turstat.com/russianstopforeigntravel2018>
- Ду Цюаньбо (2016). Жанрово-стилистическое своеобразие имиджа Китая в российских Интернет-СМИ. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 4 (58), 12–14.
- Интерес россиян к Китаю: к Азии или к Европе ближе Россия по своим традициям и культуре? (2019). *Фонд Общественное мнение*. Режим доступа <https://fom.ru/mir/12150>
- Итоги выездного туризма. Россия 2017 (2017). *Сайт ТурСтат*. Режим доступа <http://turstat.com/outboundtravelstatisticsrussia2017>
- Как Вам кажется, кем сегодня является Китай для России? (2017). *Всероссийский центр изучения общественного мнения*. Режим доступа https://wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=15&q_id=739&date=29.01.2017
- Китай. Представления россиян о китайцах и китайской культуре (2018). *Фонд Общественное мнение*. Режим доступа <https://fom.ru/Mir/14071>
- Китайская грамота: тенденции распространения китайского языка в России (2017). *Региональный центр лингвистических исследований*. Режим доступа <https://rcli.ru/issledovanie/kitajskaya-gramota-tendentsii-rasprostraneniya-kitajskogo-yazyka-v-rossii/>
- Койне, О., Франц, В. А. (2017). Кинематограф как элемент системы «Мягкой силы» государства. *Дискурс-Пи*, 2, 154–162.
- Кортунов, С. В. (ред.) (2010). *Мировая политика в условиях кризиса*. М.: Аспект-Пресс.
- Леонтьева, Э. О., Белокопытова М. С. (2019). Институты Конфуция как элементы внешней политики КНР. *Регионалистика*, 5, 51–58.
- Матвеев, В. А. (2018). Новейшие тенденции развития российско-китайского сотрудничества в Большой Евразии. *Китай в мировой региональной политике: история и современность*, 23 (23), 261–274.
- 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>

- Обзор: улучшение национального имиджа Китая и экономическое развитие взаимообусловлены и взаимовыгодны (2015). *CHINA.COM*. Режим доступа <http://russian.china.com/news/reports/1793/20150323/325343.html>
- Расперова С.Ю. (2013). Институты Конфуция как культурная стратегия Китая в пространстве Российско-китайского взаимодействия в сфере образования. *Вестник Московского государственного лингвистического университета*, 22 (682), 154–163.
- Россия: друзья, враги, отношение в мире. О ценных партнёрах России, близких нам народах и образе нашей страны в мире (2018). *Фонд Общественное мнение*. Режим доступа <https://fom.ru/Mir/14025>
- Россия-Китай-США: отношения в стратегическом треугольнике (2017). *Всероссийский центр изучения общественного мнения*. Режим доступа <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116055>
- Самойлова, М. П., Лобанова, Е. А. (2017). Правовое регулирование деятельности Институтов Конфуция в России. *Juvenis scientia*, 6, 29–31.
- Сидорская И.В. (2015). «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ. В В.В. Фролов (ред.) *Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики: сборник материалов научного семинара* (с. 64–84). Псков: Псковский государственный университет.
- Хуэйцзинь, Ч. (2014). Образ Китая в комментариях к новостям о Китае (на материалах портала Rambler), *Медиалингвистика*, 2, 82–94.
- Юй Дяньхун, Гу Цянь (2015). К вопросу о негативном имидже Китая в российских СМИ. В О.В. Ильина (сост.) *Гуманитарные аспекты современных массмедиа: проблемы, противоречия: материалы Международной научно-практической конференции* (с. 50–52). Екатеринбург: Уральский федеральный университет.
- Globally, More Name U.S. Than China as World's Leading Economic Power (2017). *Pew Research Center*. Retrieved from <https://www.pewglobal.org/2017/07/13/more-name-u-s-than-china-as-worlds-leading-economic-power/>
- International Publics Divided on China (2018). *Pew Research Center*. Retrieved from <https://www.pewglobal.org/2018/10/01/international-publics-divided-on-china/>
- Views of China and the Global Balance of Power (2015). *Pew Research Center*. Retrieved from <https://www.pewglobal.org/2015/06/23/2-views-of-china-and-the-global-balance-of-power/>

Статья поступила в редакцию 18.04.2019

Статья принята к публикации 21.05.2019

Для цитирования: Тяньтянь Чжао. Национальный имидж КНР в России на современном этапе. — Южно-российский журнал социальных наук. 2019. Т. 20. № 2. С. 60–69.

CHINA'S PRESENT-DAY IMAGE IN RUSSIA

Zhchao Tiantian

Zhchao Tiantian, RUDN University, 10/2, Miklukho-Maklai Str., Moscow, 117198, Russia
E-mail: zhchao@bk.ru

Abstract. The paper analyzes China's present-day image formation in Russia. Its topicality is conditioned by the intensive development of the relationships between the two states. Research papers usually concentrate upon economic, cultural and foreign policy aspects in their interaction. But they have never been studied at the image formation angle. The methodology of the research is based on the statement that image making is a directional process of changing and adjusting public opinion of a target group. The aim of the research is the clarification of historical prerequisites of the modern image of China formation, as well as defining basic trends and factors of image formation. The economic development of the PRC and the promotion of the Chinese language and culture are especially notable among the latter trends and factors. Besides, the role of mass media information is touched upon. The results of the

research have enabled the author to draw a conclusion about the positive developments in China's image formation in Russia that is stipulated by favoring the model and its dynamism. The main channels in creating a favorable public opinion are Chinese Russian-speaking mass media and Russian mass media whose audiences are faced mainly with positive information concerning the inner developments in China and in Russian-Chinese relationships. At the same time, the research has revealed the Russians' superfluous knowledge of the Chinese culture. Their sporadic images make it possible to further develop the image making component in the Russian-Chinese interaction. The results of the research might turn out useful both for a more profound study of the problem under discussion and for solving some applied problems that emerge in Russian-Chinese relationships at the present-day stage of their development.

Key words: national image, China, 'soft power', Confucius Institutes, foreign policy.

DOI: 10.31429/26190567-20-2-60-69

References

- Du Cyuan'bo (2016). Zhanrovo-stilisticheskoe svoeobrazie imidzha Kitaya v rossijskih Internet-SMI [Genre and Stylistic Peculiarities of an Image of China in the Russian Internet-Media]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Issues of Theory and Practice], 4 (58), 12–14.
- Globally, More Name U.S. Than China as World's Leading Economic Power (2017). *Pew Research Center*. Режим доступа <https://www.pewglobal.org/2017/07/13/more-name-u-s-than-china-as-worlds-leading-economic-power/>
- Huejcin', Zh. (2014). Obraz Kitaia v kommentariiakh k novostiam o Kitae (na materialakh portala Rambler) [The Image of China in the Comments on the News about China on Rambler Portal]. *Medialingvistika* [Media Linguistics], 2, 82–94.
- Interes rossiyan k Kitayu: k Azii ili k Evrope blizhe Rossiya po svoim tradiciyam i kul'ture? [Interest of Russians to China: is Russia closer to Asia or to Europe in its Traditions and Culture?] (2019). *Fond obshchestvennoe mneniya* [Public Opinion Foundation]. Retrieved from <https://fom.ru/mir/12150>
- International Publics Divided on China (2018). *Pew Research Center*. Режим доступа <https://www.pewglobal.org/2018/10/01/international-publics-divided-on-china/>
- Itogi vyeznogo turizma. Rossiia 2017 [Outbound Travel statistics. Russia 2017] Russia 2017 TourStat: Website. Retrieved from <http://turstat.com/outboundtravelstatisticsrussia2017>
- Kak Vam kazhetsya, kem segodnya yavlyaetsya Kitaj dlya Rossii? [What do you Think is China Today for Russia?] (2017). *Vserossijskij centr izucheniya obshchestvennoe mneniye* [Russian Public Opinion Research Center]. Retrieved from https://wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=15&q_id=739&-date=29.01.2017
- Kitaj. Predstavleniya rossiyan o kitajcah i kitajskoj kul'ture [China. Representations of Russians about the Chinese and Chinese Culture] (2018). *Fond obshchestvennoe mneniya* [Public Opinion Foundation]. Retrieved from <https://fom.ru/Mir/14071>
- Koine, O., Franz, V. A. (2017). Kinematograf kak element sistemy "myagkoj sily" gosudarstva [Cinema as an Element of a State's Soft Power System]. *Diskurs-Pi* [Discourse-P], 2, 154–162.
- Kortunov, S. V. (Ed.) (2010). *Mirovaia politika v usloviakh krizisa* [World politics under crisis]. M.: Aspekt-Press.
- Leontyeva E. O., Belokopytov M. S. (2019). Instituty Konfuciya kak elementy vneshnej politiki KNR [Confucius Institutes as a Tool of China's Foreign Policy]. *Regionalistika* [Regionalistics], 5, 51–58.
- Matveev, V. A. (2018). Novejshie tendencii razvitiya rossijsko-kitajskogo sotrudnichestva v Bol'shoj Evrazii [The Latest Trends in the Development of Russian-Chinese Cooperation in Greater Eurasia]. *Kitaj v mirovoj regional'noj politike: istoriya i sovremennost'* [China in World and Regional Politics. History and Modernity], 23 (23), 261–274.
- Monastireva, O. V. Specifika kommunikativnoj strategii v programmah na russkom yazyke Mezhdunarodnogo radio Kitaya [The Specific Communication Strategy Features of the Programmes

- in Russian Broadcast by the International radio of China]. *Mediascop* [Mediascope]. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/node/347>
- Obzor: uluchshenie natsional'nogo imidzha Kitaia i ekonomicheskoe razvitie vzaimoobusloveny i vzaimovыgodny [Review: China's National Image Improvement and its Economic Development are Interdependent and Mutually Beneficial] (2015). *Website CHINA.COM*. Retrieved from <http://russian.china.com/news/reports/1793/20150323/325343.html>
- Rasperova, S. Yu. (2013). Instituty Konfutsiia kak kul'turnaia strategii Kitaia v prostranstve Rossiisko-kitaiskogo vzaimodeistviia v sfere obrazovaniia [Confucius Institutes as China's Cultural Strategy in Russian-Chinese Interaction in the Sphere of Education]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [Bulletin of Moscow State Linguistic University], 22 (682), 154–163.
- Rossia: druž'ia, vragi, otnoshenie v mire. O tsennykh partnerakh Rossii, blizkikh nam narodakh i obraze nashei strany v mire [Russia: Friends, Enemies, the World's Attitude. On Russia's Important Partners, Close Peoples and Russia's Image in the World] (2018). *Fond obshchestvennogo mneniya* [Public Opinion Foundation]. Retrieved from <https://fom.ru/Mir/14025>
- Rossiya-Kitaj-SSHA: otnosheniya v strategicheskom treugol'nike [Russia-China-USA: Relations in the Strategic Triangle] (2017). *Vserossiiskij centr izucheniya obshchestvennoe mneniye* [Russian Public Opinion Research Center]. Retrieved from <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116055>
- Samoilova, M. P, Lobanova, E. A. (2017). Pravovoe regulirovanie deyatel'nosti Institutov Konfuciya v Rossii [Legal Regulation of the Activities of Confucius Institutions in Russia]. *Juvenis scientia* [Juvenis Scientia], 6, 29–31.
- Sidorskaya, I. V. (2015). "Obraz" ili "imidzh" strany: chto reprezentiruyut SMI ["Image" or "Image" of the Country: What Do the Media Represent]. In V. V. Frolov *Aktual'nye problemy issledovaniya kommunikacionnykh aspektov PR-deyatelnosti i zhurnalistiki: sbornik materialov nauchnogo seminar* [Actual Problems of Researching Communication Aspects of PR Activities and Journalism: Collection of Materials of a Scientific Seminar] (pp. 64–84). Pskov: Pskovskii gosudarstvennyi universitet.
- Views of China and the Global Balance of Power (2015). *Pew Research Center*. Режим доступа <https://www.pewglobal.org/2015/06/23/2-views-of-china-and-the-global-balance-of-power/>
- Vyezdnoi turizm iz Rossii v 2018. Reiting zarubezhnykh stran rossiiskikh turistov [Russia's Foreign Travel in 2018. Foreign Countries' Rating with Tourists from Russia]. Retrieved from <http://turstat.com/russianstopforeigntravel2018>
- Yu Danhong, Gu Qian (2015). K voprosu o negativnom imidzhe Kitaia v rossiiskikh [On the Issue of Negative Image of China in the Russian Media]. In O. V. Ilina (Comp.) *Gumanitarnye aspekty sovremennykh massmedia: problemy, protivorechiya: materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [Humanitarian Aspects of Modern Mass Media: Problems, Contradictions: Materials of the International Scientific and Practical Conference] (pp. 50–52), Yekaterinburg: Ural'skii federal'nyi universitet.

Received 18.04.2019

Accepted 21.05.2019

For citation: Tian'tian' Zhchao. China's Present-Day Image in Russia.— *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2019. Vol. 20. No. 2. Pp. 60–69.

© 2019 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).