

Киба Дарья Валерьевна, Алеева Диана Рашитовна

### **ОБРАЗ РОССИИ В ЯПОНИИ И КИТАЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

В статье прослеживается образ России в Японии и Китае. Раскрывается роль образа страны в системе современных международных отношений. Выявляются составляющие имиджа России в Японии и Китае, причины неблагоприятного образа нашей страны в Японии. Авторы отмечают, что на формирование образа России в Китае влияют и расширяющиеся гуманитарные контакты, и динамично развивающееся экономическое сотрудничество. В статье определяются категории специалистов, а также организации, способные внести свой вклад в формирование положительного образа России в Китае и Японии.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2014/8/17.html](http://www.gramota.net/materials/1/2014/8/17.html)

**Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.**

Источник

#### **Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2014. № 8 (86). С. 84-86. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2014/8/](http://www.gramota.net/materials/1/2014/8/)

#### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

Появление морфолого-синтаксических вариантов объясняется стремлением терминологии к семантической ёмкости термина и экономии языковых средств. Краткий вариант обусловлен спецификой изложения материала в научной литературе, требующего многократного повторения определённых терминов. Трансформация многокомпонентных терминов в более краткие формы происходит также и в устной речи, так как они легче воспринимаются. Необходимо отметить, что внешнее, формальное, варьирование терминов является помехой для научной и профессиональной коммуникации, однако полностью избавиться от вариантов не представляется возможным. Графические, фонетико-графические варианты возникают в результате развития немецкого языка. Причиной появления морфолого-синтаксических вариантов, таких как эллиптические, композитные, аббревиатурные, является, в свою очередь, стремление носителей языка к экономии языковых средств. Употребление кратких вариантов термина обусловлено требованиями экономии в профессиональной коммуникации.

*Список литературы*

1. Горбачевич К. С. Вариантность слова и языковая норма (на материале современного русского языка). Л.: Наука, 1978. 238 с.
2. Гринев С. В. Введение в терминоведение. М.: Московский лицей, 1993. 309 с.
3. Жавкина Е. Б. Вариативность термина и его субстанция в научном русскоязычном и немецкоязычном тексте: дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург, 2004. 203 с.
4. Солнцев В. М. Вариативность как общее свойство языковой системы // Вопросы языкознания. 1984. № 2.
5. Neuer Wortschatz: Neologismen der 90-er Jahren im Deutschen / hrsg. von Ludwig M. Eichinger, Peter Wiesinger. Berlin – New York, 2004. 392 S.

**VARIANTS OF TERM AND THEIR MAIN TYPES IN ECONOMIC TERMINOLOGY  
(BY THE MATERIAL OF THE GERMAN LANGUAGE)**

**Kerber Elena Vladimirovna**, Ph. D. in Philology  
Omsk State Technical University  
lkerber@mail.ru

The article is devoted to the study of the variants of terminological units. The object of the research is the modern German language economic terminological system. Terms represented by different variants have been chosen as the subject of the research. The goal of the article is to reveal the main types of terms-variants, to consider the reasons of terms variance in the studied terminological system and the prospects of their further development.

*Key words and phrases:* term; economic terminology; variant of term; graphic variant; phonetic-graphic variant; morphological-syntactical variant; word-formative variant.

УДК 94(47)

**Исторические науки и археология**

*В статье прослеживается образ России в Японии и Китае. Раскрывается роль образа страны в системе современных международных отношений. Выявляются составляющие имиджа России в Японии и Китае, причины неблагоприятного образа нашей страны в Японии. Авторы отмечают, что на формирование образа России в Китае влияют и расширяющиеся гуманитарные контакты, и динамично развивающееся экономическое сотрудничество. В статье определяются категории специалистов, а также организации, способные внести свой вклад в формирование положительного образа России в Китае и Японии.*

*Ключевые слова и фразы:* имагология; Китай; Япония; проблема «северных территорий»; инвестиционная привлекательность.

**Киба Дарья Валерьевна**, к.и.н., доцент

**Алеева Диана Рашитовна**

Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет  
darya.kiba.80@mail.ru; Love-pasha2011@mail.ru

**ОБРАЗ РОССИИ В ЯПОНИИ И КИТАЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ<sup>©</sup>**

В отечественной исторической науке в постсоветский период интенсивно развивается новое научное направление – имагология. Историками и культурологами активно исследуются образы народов-соседей, созданные в различные периоды в отечественной культуре, и образ России в культурах других государств. Образ России на международной арене играет далеко не последнюю роль при решении политических,

экономических и социокультурных проблем. Формирование положительного облика государства способствует продвижению его политических и экономических интересов. На современном этапе стратегической задачей России является расширение политического, экономического и культурного сотрудничества со странами Азиатско-Тихоокеанского региона и в частности с государствами Северо-Восточной Азии. Лидерами данного субрегиона являются Япония и КНР.

Сегодня имидж России в Японии существует как особая величина, оказывающая серьезное влияние на политические отношения между партнерами [3]. Общественное мнение в Японии является сильным фактором воздействия на политику. Более того, роль этого фактора непрерывно возрастает [5, с. 66]. В силу особенностей менталитета японского народа, особого характера его отношений с прессой и уровня воздействия политических сил на средства массовой информации, само по себе общественное мнение японцев относительно легко и быстро формируется и разворачивается в нужном направлении.

Имидж России в Японии сложен и неоднозначен. В нем много негативного. По данным социологического опроса 2011 г., не испытывают дружеские чувства к России 83% опрошенных [10, с. 21]. Негативный имидж России был сформирован в эпоху «холодной войны». В постсоветский период его поддерживают нежелание России решить территориальный вопрос, коррупция, отсутствие условий для ведения экономической деятельности на российском рынке. Проблема «северных территорий» для правительства Японии является острой, правящие круги активно используют ее для поддержания отрицательного образа России в Японии.

Россия не предпринимает усилий по исправлению своего непривлекательного имиджа, неактивно осуществляет культурную дипломатию. Деятельность правительственных структур, общественных организаций затрудняет достаточное финансирование культурных проектов. Последние способны скорректировать образ России. Фестивальные, образовательные проекты способствуют развитию двусторонних отношений, формированию объективного представления о жизни, традициях и обычаях народов, росту потенциала регионального сотрудничества России и Японии, воспитанию толерантности и уважения многообразия национально-культурных, религиозных и нравственных убеждений.

Образ нашей страны нуждается в срочной трансформации как под воздействием внешних, так и внутренних факторов. Задача нашего государства – улучшить свой политический имидж, добиться экономической стабильности и привлекательности для зарубежных партнеров, в том числе из Страны восходящего солнца. В настоящее время экономическое сотрудничество России и Японии активно развивается, что является важным условием формирования положительного имиджа нашего государства. Основным перспективным направлением сотрудничества является развитие Дальнего Востока и Восточной Сибири, что косвенно закрепляет достигнутый высокий статус экономического взаимодействия в Северо-Западном федеральном округе. Например, к строительству новых зданий в г. Санкт-Петербурге подключаются японские архитекторы с мировым именем. Из Пулково совершаются прямые рейсы в Токио. Один из самых опытных идеологов японского менеджмента в России, долгие годы возглавлявший Японские центры в Москве и только что получивший от российского правительства орден Дружбы, Юкио Асадзума переведен на новое место службы – в г. Санкт-Петербург [6].

Для улучшения имиджа Россия может использовать квалификацию и возможности следующих категорий специалистов:

1. Дипломаты и сотрудники разнообразных российских организаций, постоянно представленных в Японии.
2. Немногочисленные специалисты в области построения имиджа, имиджмейкеры, журналисты и пропагандисты, представляющие себе реалии Японии.
3. Российские японоведы, способные своими знаниями и опытом внести значительный вклад в укрепление позиций нашей страны.
4. Российские граждане, проживающие в Японии.
5. Сотрудники и члены общественных организаций «Япония – Россия», «Япония – страны Евразии».

Общественность России и Китая проявляет искренний интерес к культуре друг друга. Особенностью современных гуманитарных связей является стремление к проведению зрелищных, ярких, масштабных проектов, фестивалей, позволяющих познакомиться с культурой России и Китая и сформировать обновленный образ страны-партнера.

Китай стремится узнать Россию, завязать контакты в гуманитарной сфере. За последние десятилетия в Китае побывало значительное количество творческих коллективов из Российской Федерации. Так, по статистическим данным пресс-канцелярии Госсовета КНР, за период с 1999 по 2004 гг. Китай посетили около 300 российских художественных коллективов [9, с. 134].

Достаточно высок уровень культурного обмена между двумя странами в области литературы. Кроме большого количества уже ставших традиционными для Китая изданий переводов русской классической литературы и поэзии – произведений А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого, Ф. М. Достоевского, Н. В. Гоголя, А. П. Чехова и многих других, – у современного китайского читателя пользуется большим спросом и современная российская литература. Пекинские издательства в 1999 г. выпустили серию переводов с русского языка под названием «Новая русская литература», в 2003 г. были изданы шесть книг российских авторов: В. Березина, А. Варламова, В. Маканина, М. Попова, Ю. Козлова, В. Шарова. Однако, несмотря на практику издания произведений русских авторов, в том числе современных, масштабы публикации русской литературы 1950-х гг. на сегодняшний день недостижимы [Там же, с. 89].

Партнеры реализовали крупномасштабные национальные проекты. В 2009 г. прошел Год китайского языка в России, а 2010 г. стал Годом русского языка в Китае. Многочисленные мероприятия в рамках этих образовательных программ стимулировали изучение русского языка в КНР. Стоит отметить, что 50 лет назад русский язык был самым популярным иностранным языком в Китае. Но после распада СССР его статус изменился, и число людей, изучающих его, значительно уменьшилось [2]. Об этом свидетельствует, например, тот факт, что гидами для туристических групп из России в большинстве случаев работают пожилые люди. Число студентов, которые бы хотели продолжить свое обучение в России, также снижается. Это связано с теми негативными оценками, которые китайцы слышат о современной России.

На формирование образа страны оказывают влияние не только культурные связи. Экономика КНР сегодня стремительно развивается. При этом Китай заинтересован в России как в партнере на рынке энергетических ресурсов и трезво, прагматично оценивает ее потенциальные возможности. Следует отметить, что Китай рассматривает Россию также как потенциального партнера в противостоянии Западу.

Социологические опросы показывают [1], что, несмотря на имеющиеся стереотипы в общественном сознании, значительный процент китайцев испытывают положительные чувства к России. Опасения вызывают сложности социально-экономического характера, коррупция.

Необходимо начать процесс преодоления стереотипов, устанавливая контакты на разных уровнях гражданского общества. Прагматичные государственные программы не могут справиться с такой задачей. Учитывая схожие трудности на пути формирования гражданского общества в России и Китае, перед нашим государством встает задача поиска тех общественных сил, на базе которых возможно установление неправительственных двусторонних отношений России и Китая. Представляется, что с российской стороны такими организациями могут стать Молодежная общественная палата, Общество российско-китайской дружбы, а с китайской стороны – Всекитайская федерация молодежи, Китайское народное общество дружбы с зарубежными странами, Общество китайско-российской дружбы.

Таким образом, для формирования положительного облика России в Японии и Китае необходимо стремиться к внутривластной и экономической стабильности. Одновременно должны проводиться мягкие пропагандистские акции долговременного воздействия: открытие обществ дружбы, культурных фондов, проведение концертов и гастролей и т.д. Партнеры должны знать о том, что мы трезво оцениваем себя и их. Необходимо заставить себя уважать – ни один восточный народ не будет дружить с униженными. Мы обязаны также разъяснить Японии и Китаю, что у России есть будущее, и она будет рада, если это будущее будет совместным.

#### Список литературы

1. Большинство граждан России и Китая испытывают друг к другу положительные чувства [Электронный ресурс] // Население и общество. 2005. № 197-198. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2005/0197/rossia01.php#15> (дата обращения: 17.03.2014).
2. Доклад МИД России. Русский язык в мире [Электронный ресурс]. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Russian/\\_03.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Russian/_03.php) (дата обращения: 05.02.2013).
3. Железняк О. Н. Культурная политика Японии на современном этапе // Япония наших дней. 2009. № 2. С. 77-87.
4. Завьялова А. А. Институты Конфуция: интеграция или экспансия? // Высшее образование сегодня. 2010. № 9. С. 54-59.
5. Казаков О. И. О возрастании роли общественной дипломатии // Япония наших дней. 2012. № 2 (12). С. 64-81.
6. Куланов А. Образ России в Японии [Электронный ресурс] // Корпоративная имиджология. 2008. № 03. URL: [http://www.ci-journal.ru/article/206/200803image\\_russia\\_in\\_japan](http://www.ci-journal.ru/article/206/200803image_russia_in_japan) (дата обращения: 15.03.2014).
7. Куликова И. М. Разграничение понятий «культурный контакт» и «культурное взаимодействие» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 2 (16). Ч. 1. С. 108-111.
8. Кучинская Т. Н. Россия и Китай в социокультурном пространстве Северо-Восточной Азии // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 6 (20). Ч. 2. С. 121-124.
9. Лянь Ся. Социальная динамика межкультурных коммуникаций России и Китая: дисс. ... к. культурологии. М., 2011. 199 с.
10. Современные российско-японские отношения и перспективы их развития. М., 2012. 32 с.

#### IMAGE OF RUSSIA IN JAPAN AND CHINA NOWADAYS

**Kiba Dar'ya Valer'evna**, Ph. D. in History, Associate Professor  
**Aleeva Diana Rashitovna**  
*Komsomolsk-on-Amur State Technical University*  
*darya.kiba.80@mail.ru; Love-pasha2011@mail.ru*

The article traces the image of Russia in China and Japan. The role of the country's image in the system of modern international relations is revealed. The components of Russia's image in Japan and China, the reasons for the adverse image of our country in Japan are identified. The authors note that the formation of Russia's image in China is influenced by both expanding humanitarian contacts and dynamically developing economic cooperation. The article determines the categories of professionals, as well as organizations, that can contribute to the formation of the positive image of Russia in China and Japan.

*Key words and phrases:* imagology; China; Japan; problem of “northern territories”; investment attractiveness.