

UDC 811.581

“CHINA IS A RESPONSIBLE COUNTRY”: A STRATEGIC NARRATIVE FUNCTION ANALYSIS

Ye. Hobova

PhD (Linguistics), Junior Researcher

A. Yu. Krymskyi Institute of Oriental Studies of National Academy of Sciences of Ukraine
4, Hrushevskoho str., Kyiv, 01001, Ukraine
gobova42@gmail.com

The most recent sociology research shows historically low view of China in the world for the last 18 years, all despite its best efforts to maintain the image of a great and benign power. This drop appeared as unprecedented events in Hongkong, Xinjiang-Uyghur Autonomous Region and Wuhan unfolded, undermining confidence in China all over the world. At the same time the PRC government has been actively supporting the growth of China’s soft power since 2013, stressing the necessity to “broadcast China’s voice”. Shaping strategic narrative became one of the key tasks for the Chinese media. However, it seems that they appeared to be ineffective in the context of crises in China and the world during 2020. The paper investigates possible reasons for the narratives’ failure to thrive. “China is a responsible country” narrative is analyzed, as well as issues of translation and perception of its key messages. Detailed linguistic analysis of the 责任 *zeren* concept in Chinese language shows that it is highly context-dependent and allows for both positive and negative interpretations. While trying to create an outward image of a responsible power, China pushed the slogan of ‘openness, transparency and responsibility’ in many of its official statements, especially in critical communication. Ambiguity of the key concept 责任 *zeren* when used in Chinese English language media and translations of PRC officials’ speeches, is also present in its English translation “responsibility”. However, the Western English language media uses this word mostly in negative contexts, that imply “China’s guilt”, more than often by blaming China for the pandemic. Focusing on the usage of this strategic narrative the paper describes how it changes its meaning from flattering to critical in different circumstances and contexts.

Key words: strategic narratives, responsibility, China, crisis communication.

«КИТАЙ – ВІДПОВІДАЛЬНА ДЕРЖАВА»: АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО НАРАТИВУ

Є. В. Гобова

Від початку 2020 року відбулися події, через які імідж Китаю впав до рекордно низьких за останні 18 років показників. Причиною цього стала не тільки

пандемія коронавірусної пневмонії, що змусила Китай протягом кількох місяців бути в епіцентрі уваги всього світу. Заворушення в Гонконгу, політика Китаю щодо СУАР, культурна політика КНР у Внутрішній Монголії, торгова війна зі США – усі ці події разом стали приводом для різкої критики уряду Китаю, а подекуди й відвертої сінофобії, у тому числі й від світових лідерів [Chandler C., McGregor G. 2020]. При цьому китайські дослідники за місяць до оприлюднення приголомшливих результатів опитування Pew Research указували протилежні результати власного аналогічного дослідження, які демонстрували покращення ставлення до Китаю на фоні високого рівня професіоналізму в боротьбі з епідемією в місті Ухань¹. Дійсно, ефективність боротьби з розповсюдженням хвороби стала однією з найвищих у світі², проте цей факт, очевидно, недостатньо вагомий для позитивних змін іміджу країни у світі [Kai 2020].

Таке надзвичайне зниження репутації Китаю особливо дивне з урахуванням того, наскільки активно він формував власні стратегічні наративи. Починаючи з 2013 року, коли Сі Цзіньпін уперше закликав у промові «розказувати про Китай»³, це стало одним із важливіших завдань медіа. Характерно, що навіть оригінальний лозунг «讲好中国故事» навмисне неоднозначний – його можна перекласти як «розказати про хороший Китай» або «пояснити, правильно розповісти про Китай» [王传军 2016]. Ця однозначність залишає простір для трактування, проте в контексті оригінальної доповіді («讲好中国故事, 传播中国声音» – буквально «добре розповісти про Китай, поширити голос Китаю») сенс цієї фрази ближчий до другого значення. Саме цей вислів узятий на озброєння як орієнтир і керівництво до дій розширення м'якої сили Китаю. Принципи такого «пояснення Китаю світові» виписані досить популярно та широко, а разом із тим і розпливчато: загалом це вказівки та заклики до справедливого, доступного й об'єктивного висвітлення подій у країні для світової публіки. Насправді, «пояснення Китаю, трансляція голосу Китаю» фактично були необхідні задовго до того, як вони пролунали на Всекитайській конференції з агітації та ідеологічної роботи (全国宣传思想工作会议), адже Китай привернув світову увагу на два десятиліття раніше завдяки швидким темпам зростання виробництва та економіки [王传军 2016].

Утім, з огляду на статистику від Pew Research, можна стверджувати, що навіть ті країни, що вважалися давніми партнерами та союзниками Китаю (на кшталт Великої Британії), демонстрували суттєве погіршення симпатії до нього. Очевидно, що цей процес не був одномоментним і не пов'язаний виключно з пандемією коронавірусу, що поширилася з Уханя на початку 2020 року. Цьому також сприяли політичні події в Гонконгу та СУАР, що широко висвітлені в західних ЗМІ здебільшого в край негативно тону. Деякі заяви були настільки різкими, що це змусило навіть західних журналістів прямо звинувачувати окремих політичних лідерів у відкритій демонізації Китаю⁴. Чи можна стверджувати в такому разі, що спроби просування власних стратегічних наративів Китаєм були марними та безрезультатними? У чому полягають недоліки цих наративів?

Без залучення соціологічних опитувань, інтерв'ю та достатньої вибірки респондентів неможливо відтворити повну картину функціонування окремих

¹ URL: <https://www.ciie.org/zbh/en/news/exhibition/News/20200917/23108.html>.

² URL: [https://www.thelancet.com/journals/laninf/article/PIIS1473-3099\(20\)30800-8/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/laninf/article/PIIS1473-3099(20)30800-8/fulltext).

³ URL: <https://www.jfdaily.com/journal/2020-03-26/getArticle.htm?id=290323>.

⁴ URL: <https://www.washingtonpost.com/business/2020/05/22/trumps-demonization-china-puts-us-financial-peril/>.

нарративів, установити їх дію та ефективність. Натомість у статті описана спроба оцінити потенціал одного зі стратегічних нарративів, що сформувався ще до гуманітарної кризи 2020 року, але отримав нові конотації саме під час одного з найбільш критичних для Китаю періодів – початку пандемії коронавірусу в січні 2020 року.

Оцінка кризових комунікацій Китаю у цей період показала, що вичікувальна позиція Китаю у висвітленні епідемії в Ухані мала вкрай негативні наслідки як у короткостроковій, так і віддаленій перспективі. Гостро постало питання довіри до офіційної інформації, що її надавав Китай на прес-конференціях, у традиційних і нових медіа. Сумніви щодо її правдивості лунали як із-за кордону, так і всередині країни. Паралельно із цим речники МЗС КНР та інші офіційні джерела активно просувають нарратив «Китаю як відповідальної держави». Весь час із початку висвітлення епідемії в Китаї та згодом пандемії у світі представники китайської влади наполягали на «відкритості, прозорості й відповідальності» власної позиції щодо висвітлення та впорядкування цих подій. Це перегукується з більш раннім слоганом «Китай – відповідальна держава», що набув поширення наприкінці 2000-х років, та активною популяризацією принципів корпоративної соціальної відповідальності на державному рівні, включно з запровадженням стандарту ISO 26000 [Tang 2012].

Початок формування нарративу «Китай – відповідальна країна» можна віднести до 2000 року, коли Китай підписав кліматичну конвенцію в Ліоні, саме ця подія стала одним із джерел дедалі популярнішої фрази «中国是一个负责任的国家». З року в рік частотність використання цього словосполучення зростала, воно виникало в нових контекстах – від екології, економіки до політики та міжнародних відносин. Значення відповідальності перед світом і самим собою зростало разом зі значимістю Китаю на світовій арені. «Мирне піднесення Китаю» вимагало відповідального ставлення до власної сили та впливовості, тому саме такий образ мав транслюватися через популярні ЗМІ й нові медіа.

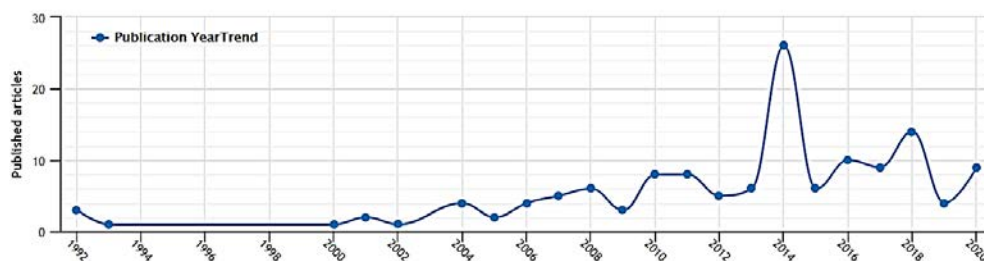


Рис. 1. Кількість публікацій на тему «Китай – відповідальна велика держава» у фахових наукових журналах з медіа та комунікацій за роками

Джерело: *cnki.net*.

Відповідальність у китайській мові має два аспекти значення – позитивний і негативний. Бути відповідальним – це не тільки активна позиція у виконанні обов’язків (посадових або моральних), а й відповідальність за вчинену помилку або провину. У Великому словнику китайської мови “汉语大词典” надаються такі три визначення поняття 责任: 1) зобов’язання людини взяти на себе

певний обов'язок або функцію; 2) справа, яку необхідно виконати в рамках обумовлених обов'язків; 3) провина, за яку треба відповідати через невиконання обов'язку. При цьому перше значення відносно застаріле та не вживається в сучасній китайській мові. Зокрема, воно не наводиться в тлумаченні цього слова в Словнику сучасної китайської мови «现代汉语大词典», котрий фактично дублює їх. Отже, у сучасній китайській мові слово 责任 («відповідальність») має два аспекти значення: відповідальність за завдання та відповідальність за помилку чи провину. На відміну від сучасної, у давньокитайській мові елементи слова 责 та 任 функціонували окремо й були багатозначними [朱迪俭, 林永森 2017]. Згідно з визначеннями в Словнику часто вживаних ієрогліфів давньокитайської мови за редакцією Вана Лі, у ієрогліфа 责 є п'ять значень: 1) вимагати, просити; 2) опитувати; 3) звинувачувати, карати; 4) обов'язок, відповідальність; 5) боргувати, позичати гроші. Ієрогліф з'являється ще в цзягувені, скоріше за все зі значенням «заборгувати гроші», що згодом стало записуватися ієрогліфом 债. В ієрогліфа 任 дев'ять значень: 1) обіймати, нести в руках; 2) нести тягар (на спині), нести відповідальність; 3) виконувати обов'язок, відповідати за щось; 4) довіра, довіряти; 5) використання, функція; 6) уміння, здатність; 7) завдяки чомусь, виходячи з чогось; 8) не втручатися, давати свободу дій; 9) вагітніти, вагітність. Як окреме слово вперше з'являється в Новій історії династії Тан Оуяна Сю («新唐书·王珪薛收等传赞»). Отже, це питомо китайське слово, утворене складанням морфем з однорідним значенням.

У сучасній китайській мові є різні аспекти вжитку цього слова. З погляду адміністративного управління поняття «відповідальність» 责任 має два типи значення. Перше – це «обов'язок (моральний, юридичний), зобов'язаність нести відповідальність за свою поведінку, порушення якої призводить до морального або правового осуду та покарання». Друге – «персональний обов'язок, що пов'язаний із певною посадою чи організацією, здебільшого у сфері службових повноважень чи компетенції». З погляду юриспруденції поняття «відповідальність» 责任 має декілька тлумачень. По-перше, «доручені справи, що необхідно виконати», наприклад, «посадова відповідальність (посадові обов'язки)». У цьому випадку ключовим є поняття «персональний обов'язок». По-друге, «визначені обов'язки конкретної людини щодо виникнення, розвитку, змін і результатів визначеного процесу», що теж фактично належить до «персонального обов'язку». По-третє, є «відповідальність за порушення договору», «відповідальність за правопорушення», тобто «відповідальність за невиконання обумовленого завдання», тобто відповідальність за провину чи помилку. З погляду етики це «правове та моральне зобов'язання окремої людини чи колективу, відповідно до їхнього статусу, утілювати певні завдання та відповідати за їх результати» [谢军 2007].

Отже, «відповідальність» ділиться на попередню, тобто таку, що описує обов'язок (часто добровільний), і постфактум – таку, що вказує на тягар помилки чи бездіяльності. Такий розподіл загалом збігається з фактичним тлумаченням і використанням поняття «відповідальність» у контексті західної культури, що не завжди повністю відображається в словникових визначеннях, але наявне в практичному вжитку.

Прикладом може бути англomовне responsible, що використовується й у перекладі фраз, що формують наратив «Китай – відповідальна держава». Словник Cambridge dictionary подає такі визначення цього слова: “be responsible for sb/sth/doing sth: 1) to have control and authority over something or someone and the duty

of taking care of it, him, or her; 2) to be the person who caused something to happen, especially something bad”⁵. Разом із тим аналіз довільної вибірки повідомлень англomовних західних ЗМІ на запит “China” та “responsible” вказує на вагому перевагу використання цього слова в негативному значенні – відповідальності за вчинену помилку або провину. Це підтверджується також результатами соціологічних опитувань середини 2020 року: більшість американців звинувачують Китай у розповсюдженні коронавірусної інфекції та в неналежній боротьбі з ним⁶.

Перекладач, будучи медіатором у конфліктних або кризових ситуаціях, відіграє помітну роль у подачі інфоприводу в тій формі, що підлаштована під публічні наративи цільової аудиторії [Pan 2020, 15]. Це стосується, зокрема, і пресконференцій речників МЗС КНР, котрі були на початку пандемії ключовими джерелами офіційної інформації, що публікувалася також англійською мовою. В англomовних текстах, опублікованих на сайті МЗС Китаю, <https://www.fmprc.gov.cn/>, для перекладу слова 责任 («відповідальний, відповідальність») у фразі “公开、透明、责任” (букв. «відкритий, прозорий, відповідальний») використовується слово responsible. Варто взяти до уваги, що переклади текстів такого роду проходять не один етап перевірки, редагування та затвердження з боку китайських фахівців, перш ніж вони публікуються [Li & Pan 2020, 13]. Тобто потенційна неточність перекладу в цих текстах не є навмисним чи випадковим спотворенням значення іноземними перекладачами, оскільки ці тексти виходять у світ саме в тому вигляді й із тими формулюваннями, що мають стати частиною «голосу Китаю» разом з тими стратегічними наративами, що в них закладені.

Якщо наприкінці 2000-х років Китай досить успішно намагався сформува-ти завдяки наративу «відповідальна держава» образ надійного партнера, то у 2020 році в кризовому контексті двозначність «відповідальності» мала негативний вплив на його загальне сприйняття зовні. На фоні численних і безпідставних звинувачень Китаю в поширенні небезпечної хвороби «відповідальність» набуває значення визнання провини, тягаря помилки. Мимоволі цей позитивний меседж активного виконання зобов’язань, відкритості отримав протилежне значення.

Постає питання, чи можна було уникнути такого некоректного трактування цього наративу та запобігти такій потужній хвилі негативного інформаційного потоку про Китай? Медіарепрезентація Китаю у власних і закордонних джерелах уже має свої усталені форми, аналіз яких показує, що негативний імідж Китаю вже є стереотипом, якого достатньо важко позбутися: навіть цілком позитивні інформаційні приводи можуть піддаватися дуже жорсткій критиці [Zhang 2017, 40]. Характерно, що таке негативне зображення Китаю зафіксовано ще в період освітлення епідемії SARS 2003 року, є підстави вважати його продовженням традиційної репрезентації Китаю як «іншого» [Huang & Leung 2005, 315]. Також аналіз західних англomовних медіа- та соціальних мереж показав, що в цих джерелах уже існує усталений політичний образ «авторитарного Китаю» та екологічний образ «забрудненого й забруднюючого Китаю» [Xiang 2013, 263], що стали сприятливою основою для подальшого погіршення іміджу Китаю, аж до демонізації.

Безперечно, значимість цього наративу в загальній картині формування образу Китаю закордоном має бути підтверджена глибшим дослідженням його

⁵ URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/responsible>.

⁶ URL: <https://www.pewresearch.org/global/2020/07/30/americans-fault-china-for-its-role-in-the-spread-of-covid-19/>.

функціонування, розповсюдженості й упізнаваності, без чого неможливо одно-значно оцінити його ефективність. Утім, виходячи з проведеного семантичного аналізу, можемо констатувати, що гіпотеза щодо контекстуальної залежності поняття «відповідальність» (責任) має під собою цілком закономірні підстави. При цьому перекладацький фактор не відіграє в цьому випадку значної ролі, адже використовуване англійське *responsibility* має аналогічну двоякість, хоча й із деякими нюансами. Цілком імовірно, що це до певної міри є справедливим і для інших іноземних мов, тому що переклади китайських текстів посередництвом англійських перекладів є досить популярною практикою, зокрема, й в Україні.

Разом із тим, навіть припускаючи достатню поширеність неправильного трактування цього наративу, не можна стверджувати, що він мав визначний вплив на формування негативного зовнішнього сприйняття Китаю. Таке твердження було б передчасним і безпідставним, адже це питання значно ширше й виходить за рамки аналізу одного окремого чинника. Тенденція до погіршення образу Китаю, вочевидь, з'явилася значно раніше й має під собою значно складніші підстави, які охоплюють цілий спектр проблем у комунікаціях, економічних, політичних і соціальних сферах. Без вирішення цих питань, скоріше за все, ця негативна тенденція збережеться й стане причиною міжнародних конфліктів, яких неможливо буде уникнути за допомогою стратегічних наративів.

ЛІТЕРАТУРА

Chandler C., McGregor G. China has a global image problem. URL: <https://fortune.com/2020/10/08/china-pew-research-global-image/> (дата звернення – 11 жовтня 2020).

Kai He. China's image problem is worsening globally. It's time for Beijing to consider a diplomatic reset. URL: <https://theconversation.com/chinas-image-problem-is-worsening-globally-its-time-for-beijing-to-consider-a-diplomatic-reset-147901> (дата звернення 15 жовтня 2020).

Mackinnon A., Palder D., Lynch C. China's image plunging around the world, poll finds. URL: <https://www.washingtontimes.com/news/2020/oct/6/chinas-image-plunging-around-world-poll-finds/> (дата звернення 10 жовтня 2020).

Pan Li, Liao Sixin. News translation of reported conflicts: a corpus-based account of positioning, *Perspectives*, 2020. DOI: 10.1080/0907676X.2020.1727540.

Sha Hua. China's Global Image Dips to New Lows Over Its Coronavirus Response. URL: <https://www.wsj.com/articles/chinas-global-image-dips-to-new-lows-over-its-coronavirus-response-11601992802> (дата звернення 10 жовтня 2020).

Silver L., Devlin K., Huang C. Unfavorable Views of China Reach Historic Highs in Many Countries: Majorities say China has handled COVID-19 outbreak poorly. URL: <https://www.pewresearch.org/global/2020/10/06/unfavorable-views-of-china-reach-historic-highs-in-many-countries/> (дата звернення 11 жовтня 2020).

Tang Lu. Media discourse of corporate social responsibility in China: a content analysis of newspapers // *Asian Journal of Communication*, 2012, Vol. 22, Issue 3, pp. 270–288.

Xiang Debao. China's image on international English language social media // *The Journal of International Communication*. 2013. Vol. 19, Issue 2, pp. 252–271.

Zhang Lejin, Wu D. Media Representations of China: A Comparison of China Daily and Financial Times in Reporting on the Belt and Road Initiative // *Critical Arts*, 2017, Vol. 31, Issue 6, pp. 29–43.

-
- 王义桅。中国展现负责任大国形象。人民论坛, 2020 (Z2), pp. 36 - 39.
- 王传军。中国是一个对自己和世界都负责任的国家, “光明日报” (2016年07月03日 05版)。
- 朱迪俭, 林永森。基于语义学的责任概念研究, 特区实践与理论, 2017, 第六期, pp. 106 - 112.
- 谢军。“责任论”。上海, 上海人民出版社, 2007.
- 周宇博。国际传播能力提升的叙事策略研究 —— 以中央广播电视总台的新冠肺炎疫情报道为例, 传媒视野, 2020 (10), pp. 25-28.

REFERENCES

- Chandler C. and McGregor G. (2020), *China has a global image problem*, available at: <https://fortune.com/2020/10/08/china-pew-research-global-image/> (accessed 11 October 2020).
- Kai He (2020), *China's image problem is worsening globally. It's time for Beijing to consider a diplomatic reset*, available at: <https://theconversation.com/chinas-image-problem-is-worsening-globally-its-time-for-beijing-to-consider-a-diplomatic-reset-147901> (accessed 15 October 2020).
- Mackinnon A., Palder D. and Lynch C. (2020), *China's image plunging around the world, poll finds*, available at: <https://www.washingtontimes.com/news/2020/oct/6/chinas-image-plunging-around-world-poll-finds/> (accessed 10 October 2020).
- Pan Li and Liao Sixin (2020), News translation of reported conflicts: a corpus-based account of positioning, *Perspectives*, DOI: 10.1080/0907676X.2020.1727540.
- Sha Hua (2020), *China's Global Image Dips to New Lows Over Its Coronavirus Response*, available at: <https://www.wsj.com/articles/chinas-global-image-dips-to-new-lows-over-its-coronavirus-response-11601992802> (accessed 10 October 2020).
- Silver L., Devlin K. and Huang C. (2020), *Unfavorable Views of China Reach Historic Highs in Many Countries: Majorities say China has handled COVID-19 outbreak poorly*, available at: <https://www.pewresearch.org/global/2020/10/06/unfavorable-views-of-china-reach-historic-highs-in-many-countries/> (accessed 11 October 2020).
- Tang Lu (2012), Media discourse of corporate social responsibility in China: a content analysis of newspapers, *Asian Journal of Communication*, Vol. 22, Issue 3, pp. 270-288.
- Xiang Debao (2013), China's image on international English language social media, *The Journal of International Communication*, Vol. 19, Issue 2, pp. 252-271.
- Zhang Lejin and Wu D. (2017), Media Representations of China: A Comparison of China Daily and Financial Times in Reporting on the Belt and Road Initiative, *Critical Arts*, Vol. 31, Issue 6, pp. 29-43.
- Wang Yiwei (2020), Zhongguo zhanxian fuzeren daguo xingxiang. Renmin luntan (Z2), pp. 36-39. (In Chinese).
- Wang Zhuanjun (2016), Zhongguo shi yige dui ziji he shijie dou fuzeren de guojia, “Guangming ribao” (2016 nian 07 yue 03 ri 05 ban) 5. (In Chinese).
- Zhu Dijian and Lin Yongsen (2017), Jiyu yuyixuede zeren gainian yanjiu. Tequ Shijian yu lilun, di 6 qi, pp. 106-112. (In Chinese).
- Xie Jun (2007), Zerenlun. Shanghai, Shanghai renmin chubanshe. (In Chinese).
- Zhou Yubo (2020), Guoji chuanbo nengli tisheng de xushi ce lue yanjiu - yi zhongyang guangbo dianshi zongtai de xinguan feiyan yiqing baodao weili, Chuanmei shiye (10), pp. 25-28. (In Chinese).

«КИТАЙ – ВІДПОВІДАЛЬНА ДЕРЖАВА»: АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО НАРАТИВУ

Є. В. Гобова

Найновіші соціологічні дослідження вказують на рекордно негативне сприйняття Китаю у світі за останні 18 років, усупереч його активним намаганням створення й дотримання іміджу великої та незагрозованої потуги. Такий спад відбувся на фоні безпрецедентних подій у Гонконзі, СУАР та Ухані, що суттєво підірвали довіру до Китаю у світі. Разом із тим з 2013 року влада КНР активно сприяє посиленню китайської м'якої сили, наголошуючи на необхідності того, щоби світ «почув голос Китаю». Формування стратегічних наративів стало одним із ключових завдань китайських медіа. Проте вони виявилися недостатньо ефективними в контексті криз, яких зазнав Китай і весь світ у 2020 році. У статті розглядаються ймовірні причини того, чому ці наративи не принесли очікуваного результату. Проаналізовано наратив «Китай – відповідальна держава», розглянуто проблеми перекладу та сприйняття тих меседжів, що його формують. Ґрунтовний лінгвістичний аналіз концепції «відповідальність» або 责任 *zeren* у китайській мові показав, що вона має значну контекстуальну залежність і дає змогу як позитивного, так і негативного тлумачення. У намаганнях створити зовнішній образ відповідальної держави Китай просував гасло «відкритості, прозорості й відповідальності» в багатьох офіційних заявах і виступах, здебільшого в кризовій комунікації. Двозначність ключового поняття «відповідальність» 责任 *zeren*, що використовувався в китайських англомовних медіа та в перекладах доповідей офіційних представників КНР, також наявна в англійському його відповіднику *responsibility*. Проте в іноземних англомовних медіа це слово використовується переважно в негативних контекстах «провини Китаю», найчастіше звинувачуючи Китай у пандемії. Фокусуючись на використанні цього стратегічного наративу, стаття описує процес змін його значення від похвального до критичного залежно від різних обставин і контекстів.

Ключові слова: стратегічні наративи, відповідальність, Китай, кризова комунікація.

«КИТАЙ – ОТВЕТСТВЕННАЯ ДЕРЖАВА»: АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО НАРРАТИВА

Е. В. Гобова

Последние социологические исследования показывают рекордно негативное восприятие Китая в мире за последние 18 лет, несмотря на его активные попытки создания и поддержания имиджа великой и неопасной державы. Такой спад произошел на фоне беспрецедентных событий в Гонконге, СУАР та Ухане, которые существенно подорвали доверие к Китаю в мире. При этом с 2013 года власти КНР активно способствовали усилению мягкой силы, акцентируя на необходимости того, чтобы мир «услышал голос Китая». Формирование стратегических нарративов стало одним из ключевых заданий китайских медиа. Однако они оказались недостаточно эффективными в контексте кризисов, которые затронули Китай и весь мир в 2020 году. В статье рассматриваются вероятные причины того, почему эти нарративы не принесли ожидаемого результата. Проанализирован нарратив «Китай – ответственная держава», рассмотрены проблемы перевода и восприятия формирующих его сообщений. Детальный лингвистический анализ концепции «ответственность» или 责任 *zeren* в китайском языке показал, что она имеет значительную контекстуальную зависимость и допускает как позитивное, так и негативное трактование. В попытках создать внешний образ ответственного государства Китай продвигал лозунг «открытость, прозрачность и ответственность» во многих официальных заявлениях и выступлениях, в основном в критической коммуникации. Двухзначность ключевого понятия «ответственность», которое используется в китайских англоязычных медиа и переводах докладов официальных представителей КНР, также присутствует и в его английском аналоге *responsibility*. Однако в иностранных англоязычных медиа это слово используется преимущественно в негативных контекстах «вины Китая», чаще всего в обвинениях Китая в допущении пандемии. Фокусируясь на использовании этого стратегического нарратива, статья описывает процесс изменения его значений от лестного до критического, в зависимости от разных обстоятельств и контекстов.

Ключевые слова: стратегические нарративы, ответственность, Китай, кризисная коммуникация.

Стаття надійшла до редакції 26.11.2020