

УДК 321+327(510)

Максим Шикула,

здобувач першого року навчання ОПП «Міжнародні відносини»

другого (магістерського) рівня освіти,

Волинський національний університет імені Лесі Українки,

Shykula.Maksym2024@vnu.edu.ua,

ORCID ID: 0009-0004-0343-184X;

Ілона Балак,

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних відносин

і регіональних студій,

Волинський національний університет імені Лесі Українки,

Balak.Ilona@vnu.edu.ua,

ORCID ID: 0000-0002-2546-6638

DOI 10.29038/2524-2679-2025-02-186-204

ЦІЛІ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ КНР

У статті комплексно проаналізовано цілі й інструменти публічної дипломатії Китайської Народної Республіки, причини формування публічної дипломатії в Китаї, мотиви створення трьох її основних цілей та інструменти, за допомогою яких ці цілі досягаються. У дослідженні визначено три основні цілі, що покладені в основу зусиль публічної дипломатії КНР:

- 1) протидія негативним наративам, спричиненим політичними та історичними чинниками, і формування позитивного образу зовнішньої політики Китаю;
- 2) створення образу Китаю як культурно багатой держави;
- 3) формування позитивного іміджу Китаю в країнах-партнерах шляхом використання економічних ресурсів.

Кожну з цих цілей розглянуто поглиблено, з урахуванням історичних, політичних або економічних чинників, що сприяли їх появі. Для досягнення вказаних цілей Китай використовує різноманітний набір інструментів, низку з яких проаналізовано в статті. Серед них – медіа та інформаційні кампанії, що відіграють вирішальну роль у формуванні глобальних наративів, вигідних КНР; освітні й культурні програми, які сприяють довгостроковому впливу, сприяючи знайомству з китайською мовою та культурою; економічна й інфраструктурна дипломатія, що слугує інструментом зміцнення партнерства між Китаєм та державами-партнерами, сприяє формуванню

позитивного образу КНР як економічно потужної держави. У статті висвітлюються мотиви стратегії публічної дипломатії Китаю, пов'язаної із ширшими зовнішньополітичними амбіціями країни. Досліджено те, як публічна дипломатія слугує засобом пом'якшення скептицизму, побудови довіри та створення сприятливого середовища для його піднесення. Крім того, розглянуто виклики й критику, із якими стикається Китай. У цій науковій праці продемонстровано збалансований погляд на публічну дипломатію КНР, у тому числі її позитивні та негативні сторони, якщо такі наявні.

Ключові слова: КНР, публічна дипломатія, культурна дипломатія, економічна дипломатія, імідж держави, м'яка сила.

Maksym Shykula,

Lesya Ukrainka Volyn National University,

ORCID ID: 0009-0004-0343-184X;

Iлона Balak,

Lesya Ukrainka Volyn National University,

ORCID ID: 0000-0002-2546-6638

CHINA'S PUBLIC DIPLOMACY GOALS AND INSTRUMENTS

The article provides a complex analysis of the goals and instruments of public diplomacy of the People's Republic of China, the reasons for the formation of public diplomacy in China, the motivations for the creation of its three main goals and the instruments by which these goals are achieved. The study outlines 3 main goals underlying China's public diplomacy efforts: 1) counteracting negative narratives caused by political and historical factors and forming a positive image of China's foreign policy; 2) creating an image of China as a culturally rich state; 3) forming a positive image of China in partner countries by utilizing economic resources. Each of these goals has been deeply analyzed, taking into account the historical, political, or economic factors that contributed to their development. To achieve these goals, China uses a variety of instruments, some of which were analyzed in the article. These include media and information campaigns, which play a crucial role in shaping global narratives favorable to China; educational and cultural programs, which contribute to long-term impact by promoting awareness of the Chinese language and culture; and economic and infrastructure diplomacy, which serves as a means of strengthening partnerships between China and partner states and promotes a positive image of China as an economically powerful state. The article discusses the motivations behind China's public diplomacy strategy, linking it to the country's broader foreign

policy ambitions. The study examines how public diplomacy serves as a means of alleviating skepticism, building trust, and creating a favorable environment for China's rise. In addition, the study examines the challenges and criticisms that China faces. The article demonstrates a balanced view of the PRC's public diplomacy, including its positive and negative aspects, if any.

Key words: China, public diplomacy, cultural diplomacy, economic diplomacy, state image, soft power.

1. ВСТУП

Постановка проблеми. У зв'язку з розвитком процесів глобалізації та інформатизації все більше держав удаються до формування своїх власних стратегічних комунікацій, які дають змогу створювати наративи й поширювати їх у межах усього світу; збільшувати привабливість своєї країни та таким чином поширювати вплив за межі власних кордонів. Публічна дипломатія, яка є структурним елементом стратегічних комунікацій держави, стала життєво важливим інструментом для країн, які прагнуть посилити свою «м'яку силу» й водночас захистити власні геополітичні інтереси. У міру того, як Китайська Народна Республіка рухається до статусу глобальної держави, її зацікавленість публічною дипломатією стає все більшою, відображаючи амбіції цієї держави щодо зміни міжнародного сприйняття, протистояння домінуванню Заходу в глобальному дискурсі та сприяння створенню середовища, позитивного для досягнення її економічних і стратегічних цілей. У цій статті розглянуто цілі й інструменти публічної дипломатії Китаю, проаналізовано те, як країна використовує медійні, культурні та економічні інструменти для посилення свого впливу на світовій арені. Становлення Китаю як провідного гравця в міжнародних відносинах супроводжувалося цілеспрямованими зусиллями верхівки КПК щодо формування глобальних наративів у спосіб, що відповідає китайській політичній системі, його моделі розвитку й бажаному місцю у світі. Історично склалося так, що ЗМІ та академічні інституції, у яких домінує Захід, зображали КНР у негативному світлі, антагонізуючи цю державу через її неоднозначні політичні рішення. У відповідь КНР інвестувала в ініціативи публічної дипломатії, спрямовані на представлення альтернативного наративу – такого, що підкреслює мирний розвиток Китаю, його культурне багатство і внесок у світову спільноту. У статті визначено три основні цілі, покладені в основу стратегії публічної дипломатії Китаю: 1) протидія негативному образу Китаю та формування власного позитивного іміджу, 2) просування культурних цінностей для демонстрації світу культурної

різноманітності Китаю; 3) формування позитивного сприйняття КНР у світі за допомогою економічних засобів. Для досягнення цих цілей Китай використовує багатогранний набір інструментів. Серед них – медіадипломатія, яка дає змогу Китаю поширювати свої погляди безпосередньо на іноземну аудиторію, намагаючись надати «правильну» інформацію щодо Китаю; освітні й культурні ініціативи, які покликані сформувати образ КНР як культурно багатой держави. Економічні інструменти, що ставлять перед собою мету зміцнення зв'язків Китаю з країнами-партнерами, одночасно збільшуючи його позитивне сприйняття за кордоном. Значення публічної дипломатії Китаю виходить за рамки простого формування позитивного іміджу; вона відображає ширші амбіції країни щодо переосмислення глобальних норм та інститутів таким чином, щоб пристосувати їх до свого піднесення й, зрештою, змусити світ їх прийняти. Розуміючи ризикованість і неефективність військових або економічних засобів примусу в сучасному світі, КНР усе частіше звертається до «м'якої сили», щоб розвивати вплив через привабливість, а не примус. Однак цей підхід не обійшовся без проблем. У зв'язку з тоталітарною природою китайської держави публічна дипломатія зазнає критики через свою надмірну політизованість і прагнення здобути прихильність іноземної громадськості, використовуючи пропаганду або однобоке висвітлення політики цієї країни в державних закордонних медіа. У цій статті розглянуто критичні зауваження, пропонується збалансована оцінка ефективності та обмежень китайських стратегій. Аналізуючи взаємозв'язок між цілями публічної дипломатії Китаю й обраними інструментами, ми прагнемо сприяти глибшому розумінню того, як Китай, держава, що прагне лідерства в міжнародних відносинах, використовує публічну дипломатію для розв'язання проблем зовнішньої політики. Окрім того, також продемонстровано еволюцію «м'якої сили» в епоху геополітичної конкуренції на прикладі розвитку публічної дипломатії в КНР, коли вплив на сприйняття держави та збільшення її культурної привабливості є настільки ж важливими, як і військові чи економічні переваги. Висновки дослідження можуть бути використані для ознайомлення з проблематикою публічної дипломатії КНР, її головними цілями й інструментами їх досягнення з метою подальшого дослідження цієї теми на фоні появи нових викликів для зовнішньої політики Китаю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Під час написання статті опрацьовано праці науковців, які детально досліджували різні аспекти публічної дипломатії КНР. Зокрема, для висвітлення доктрини «Мирного піднесення Китаю» досліджено наукову розвідку Сюеву Гу [1], яка дала чітке розуміння процесів поза встановленням публічної дипломатії в КНР.

Незважаючи на те, що статтю опубліковано у 2005 р., інформацію з цього джерела розглянуто, оскільки в статті описано невеликий історичний проміжок 2003–2005 рр., із погляду сучасника тих подій. Під час дослідження особливостей медіадипломатії використано інформацію зі статті Дунну Го [3], яка, окрім загального аналізу «м'якої сили» Китаю, представила окремі ініціативи уряду КНР у галузі медіадипломатії, як-от проєкт «Going Global». Для глибшого аналізу медіаресурсів та основних наративів, які вони розповсюджують на іноземну аудиторію, опрацьовано наукову роботу Чжан Сяолін [5], який ще більше розвинув тему проєкту «Going Global». Під час аналізу китайської культурної дипломатії, а саме особливостей діяльності програми Інституту Конфуція, використано документ, виданий Центром стратегічних комунікацій НАТО [7], який надав детальну інформацію щодо діяльності цієї програми й головних суперечностей довкола неї. Роль традиційної китайської медицини в культурній дипломатії КНР висвітлено в роботі Крістін Со та Кетрін Філлібраун [12], де глибоко проаналізовано стан сучасної ТКМ у Китаї, її використання для популяризації китайської культури і її позицію на ринку традиційної медицини. Наукова розвідка Чжуно Чжон, Джонатан та Луїс Грікс [14] стосується культурних і спортивних подій світового рівня і їх значення для Китаю. Це дає змогу детально охарактеризувати значення Олімпійських ігор для китайської публічної дипломатії як на внутрішньому, так і на зовнішньому рівнях.

Під час дослідження економічної дипломатії Китаю, окрім вебресурсів, також опрацьовано статтю І. Піляєва [15], де описано особливості реалізації китайської економічної політики в країнах Африки, зокрема проєкти, які здійснює КНР, і їх вартість.

Метою цієї статті є висвітлення особливостей формування цілей публічної дипломатії КНР, ураховуючи сучасні потреби, із якими стикається китайська зовнішня політика; аналіз та дослідження інструментів, за допомогою яких китайська публічна дипломатія досягає поставлених цілей.

Методика дослідження. У дослідженні публічної дипломатії Китаю застосовано такі наукові методи, як системно-структурний аналіз, історичний, описовий та метод узагальнення. Кожен із них має власні підходи й засоби, котрі дають змогу виконувати наукові завдання. Системно-структурний аналіз є ключовим інструментом дослідження, що уможливорює розгляд об'єкта як цілісної системи з урахуванням взаємозв'язків і відносин усіх її елементів. У контексті публічної дипломатії Китаю цей метод сприяє визначенню ролі кожного компонента в процесі міжкультурної комунікації. Описовий метод дає можливість виокремити одиниці аналізу для їх глибшого вивчення й інтерпретації, що особливо важливо для аналізу публічних

ініціатив. Метод узагальнення спрямований на виокремлення загальних характеристик і тенденцій, що дає змогу оцінити динаміку розвитку публічної дипломатії Китаю та її вплив на міжнародні відносини. Застосування цих методів сприяє систематизації досліджень, а також виявленню ключових напрямів і пріоритетів китайської дипломатії на глобальному рівні.

2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Публічна дипломатія є частиною «м'якої сили» держави та передбачає цілеспрямовану взаємодію державних структур з іноземною громадськістю або державне фінансування програм, націлених на населення інших держав задля досягнення певних цілей. У китайському науковому колі наявні два визначення, які стосуються публічної дипломатії. Перше – це своєрідна «зовнішня пропаганда», де публічна дипломатія ставить за мету підвищення обізнаності про державу і її політику для створення певного іміджу для зарубіжної аудиторії. Інший термін, стосується «народної дипломатії», що фокусується на міжкультурних обмінах і на тому, як населення певної держави репрезентує її за кордоном. У рамках дослідження публічна дипломатія КНР розглядатиметься лише щодо взаємодії держави з іноземним населенням.

Причини виникнення публічної дипломатії Китайської Народної Республіки полягають у низці чинників, головними з-поміж яких є економічний і політичний. Протягом трьох десятиліть Китай сприймався як економічно відстала держава, де політика Великого стрибка, запроваджена Мао Цзедунем, призвела лише до смерті від 15 до 55 млн людей, а Культурна революція спричинила знищення значної культурної й історичної спадщини Китаю. Ситуацію вдалося взяти під контроль лише з приходом до влади Ден Сяопіна, який, окрім економічних реформ, що заклали підвалини майбутнього економічного зростання Китаю, запровадив нову доктрину зовнішньої політики, котра ґрунтувалася на таких пунктах: уважно спостерігай, спокійно справляйся з викликами, приховуй свій потенціал, вичікуй потрібного часу та ніколи не претендуй на лідерство.

Незважаючи на нейтральність та неамбіційність тодішньої китайської зовнішньої політики, такі фактори, як розпад Радянського Союзу, який залишив Китай єдиною потужною комуністичною державою у світі, жорстке придушення демократичних виступів на площі Тяньаньмень та надзвичайно стрімкий розвиток економіки, дали підстави науковим колам західних держав вважати, що майбутній суперник Сполучених Штатів Америки вже дозріває й Штатам потрібно бути готовими його стримувати.

Так з'явилися «Теорія китайської загрози», яка стверджувала, що Китай становить небезпеку для демократії, миру та світової безпеки, що ніяк не йшло на користь державі, яка, подолавши внутрішньоекономічні проблеми, готувалася до розширення на зовнішні ринки. Китай мав показати світу, що його наміри були мирні. І саме в таких умовах у цій державі зародилася публічна дипломатія.

Першою ціллю публічної дипломатії КНР стало створення в іноземній громадськості образу Китаю як економічно розвинутої держави, але яка не прагне гегемонії, а націлена на мирний розвиток і концепцію «гармонійного світу». Уже у 2003 р. прем'єр-міністр КНР Вень Цзябао схвалив концепцію «Мирного піднесення Китаю», яка характеризувала Китай як відповідального світового лідера, що уникає непотрібної конфронтації на міжнародній арені, наголошує на м'якій силі та присягається, що Китай передусім звертає увагу на свої внутрішні проблеми й покращення добробуту власного народу, замість того, щоб утручатися в справи інших держав, і що інші країни взагалі отримують лише користь від зростання сили та впливу Китаю [1, с. 5]. У 2007 р. програму «Мирного розвитку Китаю» (назву змінено для більш нейтрального звучання) внесено в Конституцію Комуністичної партії Китаю, а вже у 2011 р. Інформаційний департамент Державної ради КНР виклав документ, у якому ще раз підтверджено зусилля Китаю щодо міжнародної співпраці та миру, сприяння глобальному прогресу через інновації, реформи й дружні відносини з іншими країнами, розвиток регіональної співпраці, зусилля щодо вирішення глобальних викликів і вкотре зазначено важливість Китаю для міжнародних відносин [2].

«Закріпити» образ мирного Китаю мала концепція «гармонійного світу», яка запропонована Ху Цзіньтао у 2005 р. і в якій здебільшого йшлося про дружнє співіснування, рівноправний діалог, спільний розвиток і процвітання між різними цивілізаціями з посиленням на китайську традиційну філософську ідею «гармонії в різноманітності». Ціль цих двох документів передбачала протистояння глобальній підозрілості, викликаній «теоріями про китайську загрозу» шляхом комунікації й пропаганди взаємовигідних міжнародних відносин. Сформувавши образ Китаю як мирної держави, яка прагне лише співпраці та взаєморозуміння в міжнародних відносинах, прийшов час шукати інструменти, за допомогою яких цю інформацію можна було б донести до світу.

Першими такими інструментами стали іноземномовні китайські ЗМІ, які відіграють основну роль у поширенні офіційних наративів за кордоном. Китайська медіасистема помітно відрізняється від медіасистем

багатьох інших країн її головною характеристикою є цензура й повний контроль урядом Китаю. У 2009 р. КНР запустила глобальний медіапроект під назвою «Going Global», унаслідок чого в багатьох країнах світу почали з'являтися відомі державні ЗМІ, такі як Центральне телебачення Китаю (CCTV), Міжнародне радіо Китаю, інформаційне агентство «Сінхуа», газети «Чайна Дейлі», «Народна газета» та інші [3, с. 6]. Ці медіа транслюють інформацію про Китай мовою держави, у якій вони працюють, а деякі з них, наприклад Китайська глобальна телевізійна мережа (CGTN, відгалуження від CCTV), вступають у взаємодію з місцевими медіакомпаніями, як це було з російським RT, із Національною телерадіокомпанією Узбекистану або з американською WarnerMedia, що дає змогу компанії обмінюватись аудиторіями з іноземними ЗМІ. CGTN повинна була стати своєрідним аналогом арабської Al Jazeera, тобто основним джерелом інформації про Китай [4]. Інше популярне іноземне ЗМІ та заодно рупор КПК – новинне агентство «Сінхуа», яке звинувачується в пропаганді й дезінформації, а в США взагалі позначене як іноземний агент. Причина полягає знову ж таки в природі компанії, яка повністю контролюється урядом, що значно впливає на зміст інформації, котру вона доносить до іноземної громадськості.

Так, наприклад, протести в Гонконзі у 2019–20 рр. висвітлювалися як протиправні та свавільні, а з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну у 2022 р. Сінхуа разом з іншими китайськими медіа охоче підхопили наратив про біолабараторії на території України. Також зазначимо, що Сінхуа є набагато успішнішим за інші медіа інструменти китайської публічної дипломатії, оскільки після підписання контрактів з іноземними агентствами китайські журналісти пишуть статті у видання партнерів, що значно зменшує їхній шанс бути «поміченими» як китайські. Схожа практика популярна також серед російських новинних агентств.

Китайські ЗМІ представляють власну версію проблем і подій, що відбуваються в Китаї, Азії та світі загалом. Репортажі здебільшого стосуються спорту, культурних заходів і бізнесу, а особливо досягнень Китаю в економічних справах, щоб створити й підтримувати образ процвітання та успіху. Китайські ЗМІ також активно уникають чутливих питань, за які Китай часто критикують; які стосуються захисту навколишнього середовища, політичної й соціальної стабільності всередині самого Китаю, боротьби з корупцією; прав людини та рецесії в китайській економіці після COVID-19. Поняття «мирний розвиток», «взаємна вигода від піднесення Китаю» й «гармонійне суспільство» є пріоритетними на порядку денному китайських медіа, а в будь-якому світовому конфлікті, як-от російсько-українській війні або конфлікті між Ізраїлем і Палестиною, підтримується

образ Китаю як мудрого посередника, який лише прагне стабільності та безпеки [5, с. 46]. Очевидно, питання насильної асиміляції населення Тибету, агресивна політика КНР у Південнокитайському морі й стосовно Тайваню, концентраційні табори для уйгурів і багато інших темних сторінок Китаю уникаються.

Але, окрім медіаінструментів, які займаються здебільшого проштовхуванням потрібних Китаю наративів для іноземної громадськості, китайська публічна дипломатія ставить перед собою також інші цілі, однією з яких є створення образу Китаю як культурно багатой держави. Під час 17-го з'їзду КПК у 2007 р. тодішній генеральний секретар Ху Цзіньтао наголосив на необхідності посилення китайської культури як основи «м'якої сили» країни. Схожий акцент на культурі як потужному інструменті публічної дипломатії зробив Сі Цзіньпін на навчальній сесії членів Політбюро ЦК КПК у 2014 р. За словами Сі, Китай слід зображати як цивілізовану країну з багатою історією, етнічною єдністю та культурним розмаїттям і красивою природою. Він також додав, що, аби побудувати міцний фундамент для культурної «м'якої сили» країни, Китаю потрібно поглибити реформу своєї культурної системи, просувати соціалістичні базові цінності й розвивати культурну індустрію. «Історії Китаю повинні бути добре розказані, голоси Китаю повинні бути добре поширені, а особливості Китаю повинні бути добре пояснені», – відзначив Сі у своїй промові [6].

Якщо говорити про інструменти культурної складової частини публічної дипломатії КНР, то головним із них є програма Інституту Конфуція (ІК). Перший ІК відкрито в США у 2004 р., а вже через 14 років їх кількість по світу сягнула 548 одиниць, де основна частина припадає на Євразію й Північну та Південну Америки. Незважаючи на заявлені цілі програми, як-от популяризація китайської культури та навчання китайської мови, інститути мають певну відмінність від своїх аналогів, по типу Британської ради чи Інституту Гете, а саме повна підпорядкованість уряду КНР. Націлені ІК на університети та коледжі іноземних (передусім розвинутих) країн та, як можна здогадатися, їхня справжня мета виходить далеко за межі навчання. Розповідаючи про історію й культуру КНР на своїх зібраннях і семінарах, персонал не може згадувати чутливі теми, як-от питання незалежності Тайваню, події на площаді Тяньаньмень, репресії послідовників релігійного руху Фалунь Дафа чи ув'язнення китайського правозахисника Лю Сяобо [7, с. 35].

Це не могло не викликати реакцію з боку держав-партнерів програми й уже 2019 р. США наклали заборону на виділення коштів університетам, які співпрацювали з ІК, що призвело до закриття 104 інститутів по всій

Америці. До подібних дій удались у Швеції та Японії, хоча там ініціатива припинення співпраці була також за окремими університетами. Окрім пропаганди й викривлення історії, Інститутам Конфуція також приписують промисловий шпіонаж. І хоча американський науковий журнал «Хроніки вищої освіти» не знайшов доказів вищезазначених звинувачень, американським закладами вищої освіти все ж рекомендовано припинити співпрацю з програмою [8].

В Азії, особливо південно-східній частині, Інститути Конфуція не мали такого упередження у свою сторону. Майже кожна держава Південно-Східної Азії має принаймні один ІК, що пов'язано як із тісними відносинами між КНР та країнами АСЕАН, так і великою китайською діаспорою, яка сягає близько 26 млн осіб у цьому регіоні. Справжні цілі, які ставить перед собою програма Інституту Конфуція, справді включають лише популяризацію культури Китаю, просто уникаючи неприємних і дискредитуючих для КНР деталей, які можуть не сподобатись іноземній аудиторії. Для Китаю важливо змінити сприйняття себе як відсталого та тоталітарної держави на образ динамічної, технічно розвиненої країни зі значною культурною спадщиною й мирним бажанням досягнути розвитку та процвітання між усіма націями. Незважаючи на таку високу миролюбиву ціль, факт політизованості програми і її повний контроль зі сторони КПК змушують держави Заходу ставитися з обачністю чи ворожістю до зазначеної ініціативи.

Схожа за змістом, але відмінна за масштабами інша державна програма розповсюдження інформації про китайську культуру, а саме «Культурний центр Китаю» (КЦК). Станом на 2025 р. таких центрів було по світу загалом 48, у той час як у 2011 р. – лише дев'ять [9, с. 72]. Мета КЦК – пропаганда дружби й співпраці між різними націями, просування культурного обміну, міжлюдського діалогу, туризму, викладання та навчання китайської мови, надання інформаційних послуг щодо Китаю. Вони орієнтовані на загальну аудиторію (у той час як цільовою аудиторією ІК є молодь і викладачі) та місцеві ЗМІ. КЦК проводять професійні культурні заходи (наприклад сцени китайської опери або публічне святкування китайського Нового року), розповідають історії про Китай і пояснюють китайські концепції. «Будучи важливим вікном, мостом і платформою для культурної дипломатії, закордонні культурні центри Китаю відіграють унікальну роль у поширенні чудової китайської культури, розширенні міжнародного впливу та посиленні м'якої сили країни», – ідеться в описі програми на її офіційному сайті [10].

Окрім китайської мови та історії, Китай має багато інших складових частин своєї культури. Серед них – китайська кухня. У багатьох містах-

мільйонниках присутній такий феномен, як «Китайський квартал», тобто район із великою кількістю представників китайської діаспори, які дуже часто зайняті в галузі харчування, що збільшувало впізнаваність китайської кухні та надавало уряду КНР ще один інструмент його публічної дипломатії.

Так, наприклад, у 2014 р. Управління в справах Китаю за кордоном (ОСАО), один із відділів Державної ради КНР, запустило проєкт «План розвитку китайської кухні», який спрямований на підвищення рівня розвитку китайської кухні за кордоном, удосконалення організації та мережі за кордоном китайської галузі харчування, а також підтримку її розвитку закордонної через академічну освіту, технічну підготовку, онлайн-лекції тощо. Окрім цього, передбачалася підтримка закордонних китайських підприємців, зайнятих виробництвом продуктів харчування. «База процвітання китайської кухні за кордоном» є додатковою ініціативою, запущеною у 2016 р., що мала на меті створення таких платформ: платформа освіти та навчання у сфері харчових продуктів, платформа обміну продуктами харчування, платформа реклами продуктів харчування, дослідницька платформа розвитку харчових продуктів та платформа альянсу виробників харчової промисловості Китаю. Програма також створила вебсайт, на якому розміщуються навчальні відеоролики відомих китайських шеф-кухарів й інформація про навчальні курси китайської кухні, яка доступна для користувачів по всьому світу, надаючи рецепти з китайської кухні безкоштовно [11]. Китайські ресторани та кафе завжди були відомі не лише дешевими цінами, але й, окрім цього, низькою якістю продукції та часто порушенням гігієнічних норм. Ініціатива покликана не тільки ознайомити іноземну громадськість із китайською кухнею, але й підвищити якість продукції закордонних китайських закладів харчування та створити більш позитивний образ китайської кухні загалом. 2015 р. директор ОСАО Цюй Чжипін підтвердив мету цієї ініціативи, висунувши ідею, що їжу також можна сприймати як міст для спілкування між Китаєм та іншими країнами і використовувати її як своєрідного посла для китайських та іноземних культурних обмінів, що ще раз підтверджує використання їжі Китаєм як інструменту публічної дипломатії [11].

Іншим популярним у світі надбанням китайської культури є традиційна китайська медицина (ТКМ). Незважаючи на те, що на Заході її прийнято вважати псевдонаукою або взагалі містицизмом, що не має нічого спільного з лікарською справою, Китай активно пропонує її як альтернативу західній медицині. Це, зокрема, пов'язано з тим, що ТКМ приносить близько 115 млрд дол США на рік, або близько 30 % доходів фармацев-

тичної галузі Китаю загалом, та відіграє провідну роль на світовому ринку традиційної медицини [12, с. 2]. У 2016 р. опубліковано білу книгу, присвячену ТКМ, яка закликала до рівного статусу між китайською й західною медицинами, а також до більших інвестицій у дослідження та освіту в цій галузі. У документі також міститься заклик до активного представлення ТКМ решті світу через двосторонні відносини й присутність у багатосторонніх організаціях. Уже 2019 р. хвороби та терміни, пов'язані з ТКМ, були внесені до 11 перегляду Міжнародної статистичної класифікації хвороб і проблем, пов'язаних зі здоров'ям, розробленої ВООЗ.

Пандемія COVID-19 дала Китаю чудову нагоду продемонструвати світу дієвість своєї традиційної медицини. Національна комісія охорони здоров'я Китаю надавала рекомендації щодо використання ТКМ для лікування коронавірусу, а в повідомленнях китайських ЗМІ про перші випадки одужування пацієнтів додаткову увагу приділяли практикам ТКМ як частини їх успішного лікування. Під час надання медичної гуманітарної допомоги Італії, Узбекистану, Зімбабве, Мадагаскару та близько 30 іншим африканським країнам, окрім стандартних препаратів, Китай надавав і ті, які застосовувалися винятково в межах ТКМ. Окрім того, китайські посольства також пропагували застосування ТКМ для лікування COVID-19 на їхніх офіційних вебсайтах [13]. Окрім того, ВООЗ була втягнута в суперечки після того, як видалила попередження про небезпеку використання засобів традиційної медицини для лікування COVID-19 зі своїх англomовних і китайськомовних рекомендацій. Очевидно, таким чином Китай намагався зобразити ТКМ як ефективний засіб проти коронавірусу та збільшити довіру в іноземної громадськості до цього виду медицини.

Багато культурних і спортивних заходів, таких як Олімпійські ігри 2008 та 2022 р. і Всесвітня виставка Експо 2010 р., також вважаються хорошими прикладами побудови позитивного міжнародного іміджу й репутації Китаєм. Проводячи Олімпійські ігри 2008 р. в Пекіні, Китай хотів продемонструвати одночасно свою культурну спадщину та економічну могутність, таким чином зробивши Китай частиною міжнародного співтовариства. Навіть офіційне гасло події, а саме «Один світ, одна мрія», пропагувало концепцію «гармонійного світу», яку в ті роки так активно підтримував Ху Цзіньтао. Ще одне обґрунтування проведення Олімпійських ігор у Китаї полягало в тому, щоб надіслати повідомлення іншим країнам Східної Азії про те, що статус КНР зростає та вони на шляху до того, щоб стати претендентом на роль регіонального лідера. Проведення Олімпійських ігор 1964 та 1988 рр. в Японії та Республіці Корея, державах які також швидко зростали, стало своєрідним викликом для Китаю, який

хотів продемонструвати для регіону свою значимість [14, с. 5]. Подібну мету ставив уряд КНР, проводячи Світову виставку 2010 р. в Шанхаї.

Олімпійські ігри 2022 р. були радше нагадуванням міжнародній спільноті, передусім країнам Заходу, про регіональне лідерство та глобальні прагнення Китаю, адже відбувалися вони на фоні бойкоту зі сторони США, Великобританії, Канади та Австралії через порушення Китаєм прав людини, зокрема прав уйгурського населення. Як відомо, китайсько-американські відносини значно погіршилися після президентства Дональда Трампа, тому проведення такої масштабної події, окрім привернення уваги міжнародної спільноти до Китаю, могло означати демонстрацію його образу як світової держави. Гаслом події стало «Разом заради спільного майбутнього», що може бути посиленням на амбітний проєкт Сі Цзіньпіна «Один пояс, один шлях», який покликаний об'єднати країни світу в одну інфраструктурну мережу під лідерством КНР.

Третьою ціллю публічної дипломатії КНР є створення образу Китаю як економічно потужної держави, вигідного партнера та покращення сприйняття Пекіну, використовуючи економічні ресурси. Зазначимо, що поняття «економічна дипломатія» має два визначення. Перше – це використання державою економічних ресурсів для впливу на інші країни, наприклад, через санкції, підкупи, кредити, інвестиції, фінансову допомогу тощо. Друге – це застосування ресурсів держави для впливу на населення іноземних держав із метою покращення свого іміджу й сприйняття. У рамках дослідження термін «економічна дипломатія» використовується саме в другому значенні.

Економічна дипломатія КНР як структурний елемент публічної дипломатії цієї держави реалізується переважно через програму «Один пояс, один шлях» (ОПОШ), запущену за ініціативи Сі Цзіньпіна 2013 р., що ставить перед собою завдання утворення великого об'єднаного ринку, економічної та культурної інтеграції, побудови об'єктів інфраструктури (портів, залізниць, доріг, складів) для збільшення обміну товарів. Програма охоплює близько 140 країн світу, переважно Азії й Африки, у той час як на Заході вона отримує в кращому випадку відмову. Більшість держав-членів ОПОШ є також представниками так званого Глобального Півдня, який із Китаєм об'єднують спільні цінності: антиколоніалізм, постколоніальна солідарність, боротьба з гегемонією та ресентимент стосовно країн Заходу. Однак Китай із державами Глобального Півдня єднає ще один фактор, а саме його потреба в природних ресурсах, на які так багаті держави цього об'єднання і які готові їх віддати в обмін на інвестиції й кредити, які Китай охочий надати.

Країни Африки є активними реципієнтами китайських позик та інвестицій. Наприклад, 2017 р. Китай уклав близько 3,5 млрд дол. США в будівництво залізниці, що зв'язала порт Джибуті з Ефіопією. Окрім того, Джибуті як держава, на території якої розміщена китайська військова база, та держава з важливим геостратегічним положенням поблизу Бабель-Мандебської протоки також отримала значну частку китайських інвестицій у рамках програм ОПОШ – близько 14,4 млрд дол. США [15, с. 21]. У сусідній Ефіопії підпорядкована уряду КНР Китайська компанія будівництва комунікації (СССС) займається 700-мільйонним проектом із розбудови інфраструктури в Аддис-Абебі, зведенням мосту через річку Абай (Блакитний Ніл), побудовою найбільшого стадіону в країні та іншими проектами. В Анголі китайські фірми брали участь у фінансуванні будівництва доріг по всій країні сумарною протяжністю 20 тис. км, а знову ж таки державна компанія «Національна хімічна інженерія Китаю» профінансувала будівництво нафтопереробного заводу в місті Лобіту об'ємом 200 тис. барелів на день [16]. Це лише окремі випадки інфраструктурних проектів КНР у країнах Африки, адже подібні проекти наявні майже у всіх державах цього континенту.

Загалом, із 9049 проектів прямих іноземних інвестицій (ППІ) Китаю 643 були реалізовані в Африці. Загальна вартість цих проектів становить близько 150 млрд дол. США., а кількість робочих місць які вони створили, сягає близько 325 тис. Отже, на Африку припадає близько 7 % китайських проектів, 15 % інвестованих коштів і 13 % робочих місць, створених китайськими ППІ із 2003 по 2024 рр. [17]. Причини того, чому для дослідження взято саме Африканський континент, – невелика кількість або повна відсутність політичних конфліктів між державами цього регіону й КНР, що важливо для дослідження рівня сприйняття Китаю населенням держав-партнерів програми ОПОШ саме крізь призму економічної дипломатії.

Звичайно, Китай переслідує свої власні цілі, інвестуючи в інфраструктуру та видобуток корисних копалин бідних країн і надаючи їм кредитні позики. Але для звичайних громадян економічна діяльність Китаю проявляється в будівництві доріг й інших транспортних мереж, розвитку промислових та сільськогосподарських зон, удосконаленні енергетичних систем, розширенні можливостей ІКТ, появі нових робочих місць й інших переваг китайських проектів в Африці, а доступність китайської продукції, як-от смартфонів та іншої електроніки, сприяє інформатизації. Усе це уможливорює покращення образу Китаю в країнах, зазначених вище (табл. 1).

Таблиця 1

**Населення азійських держав-членів ОПОШ,
які ставляться позитивно до Китаю, за 2024 р. (у відсотках)***

Малі	Бур- кіна- Фасо	ДР Кон- го	Ніге- рія	Намі- бія	Лібе- рія	Ке- нія	Єги- пет	Ка- ме- рун	Бе- нін
69	70	65	76	58	81	69	73	74	69

*Складено автором за: [18].

Як бачимо, відсоток населення, який ставиться позитивно до Китаю, є доволі значним, а частка держав із показником понад 50 % ще більша, що свідчить про те, що майже кожен другий африканець ставиться позитивно до КНР. Серед основних причин такої задоволеності Китаєм – розвиток інфраструктури та дешева ціна на китайську продукцію. Позитивне сприйняття КНР також підсилюється наявністю китайських медіа в цьому регіоні, насамперед «Сінхуа» й CGTN Africa, які через низький рівень медіаграмотності населення в регіоні мають можливість доповнити образ Китаю як великого друга Африки. Утім, незважаючи на зусилля публічної дипломатії КНР, значна частина населення країн Заходу все ще має глибоко вкорінене ідеологічне упередження щодо Китаю, що через свою агресивну політику в Східній Азії, систематичне порушення прав людини, наявність ядерної зброї й значних людських ресурсів уселяє страх і невизначеність щодо політики цієї держави. На тлі війни в Україні та негласної підтримки Китаєм агресора в цій війні й китайсько-американського суперництва перед китайською публічною дипломатією постало нелегке завдання підтримки образу «миролюбивого Китаю» в очах міжнародної спільноти.

3. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Сучасна публічна дипломатія КНР ставить перед собою три основні цілі: 1) спростування наративу «теорій китайської загрози» та створення образу держави як мирної й стабільної країни, яка прагне лише співпраці та гармонії в міжнародних відносинах; 2) популяризація елементів китайської культури серед іноземної громадськості для формування іміджу культурно багатой держави; 3) формування позитивного сприйняття Китаю в населення інших країн, використовуючи економічні ресурси й створення

образу вигідного економічного партнера. Для досягнення першої цілі Китай сформував стратегії «мирного розвитку» та «гармонійного світу», які мали продемонструвати міжнародній спільноті, що Китай не становить загрози для миру й безпеки у світі, а прагне лише співпраці, для чого застосовано державні новинні агентства типу CGTN або «Сінхуа», які, працюючи на іноземну аудиторію, покликані доносити «правильну» інформацію про Китай, уникаючи тем, які можуть зашкодити іміджу Китаю. Для досягнення другої цілі КНР удається до розвитку культурних програм по типу Інституту Конфуція або Культурного центру Китаю, що займаються ознайомленням іноземної громадськості з культурою та мовою Китаю й сприяють збільшенню зацікавленості культурою Китаю загалом. Окрім того, велику увагу приділяють китайській кухні, про що свідчить програма «План розвитку китайської кухні», китайській традиційній медицині, котру КПК намагається зрівняти із західною і яку Китай так активно намагався пропагувати під час пандемії COVID-19; а також подіям світового масштабу, як-от Олімпійські ігри 2008 та 2022 рр. й Експо 2010, які були використані для демонстрації економічної потужності КНР. Третьої цілі своєї публічної дипломатії Китай прагне досягнути здебільшого в рамках ініціативи «Один пояс, один Шлях». Інвестуючи в держави-партнери та реалізуючи інфраструктурні проєкти, Китай надає робочі місця, покращує інфраструктуру й створює образ друга, тим самим покращуючи своє сприйняття серед звичайного населення.

Подальше дослідження цієї теми є перспективним у зв'язку з появою нових викликів для Китаю, наприклад сучасне китайсько-американського протистояння, та вивченням можливої реакції китайської публічної дипломатії на ці виклики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Xuewu, G. (2005). China's Choice for "Peaceful rise": The Emergence of Realistic Nationalism and its Implications for the Taiwan Issue. *5th Europe-Northeast Asia Forum: German Institute for International and Security Affairs*, p. 6. Retrieved from URL: https://www.swp-berlin.org/publications/products/projekt_papier/Gu2005_ChinaPeacefulRise_ks.pdf
2. The State Council the People's Republic of China (2014). China's Peaceful Development. Retrieved from: https://english.www.gov.cn/archive/white_paper/2014/09/09/content_281474986284646.htm
3. Dongnu, Guo (2023). Revealing China's Soft Power Narratives in State-Owned Media: A Content Analysis. *Chinese Journal of International Review: World Scientific Publishing, Singapore*, vol. 5, No. 2, p. 25. Retrieved from URL: https://www.worldscientific.com/doi/10.1142/S2630531323500087?srsid=AfmBOooHHza1hi0jIvJSHS7YV1qV2JZlZvqKiR4_0I9A4lZ0UKTYK23N

4. Coda story (2022). How China became a global disinformation superpower. Retrieved from URL: <https://www.codastory.com/disinformation/kurlantzick-book-china-global-media-offensive/>
5. Zhang, X. (2009). Chinese State Media Going Global. *East Asian policy*: National University of Singapore, Singapore, p. 42–50. Retrieved from URL: https://research.nus.edu.sg/eai/wp-content/uploads/sites/2/2017/11/Vol2No1_ZhangXiaoling.pdf
6. China daily (2014). China to promote cultural soft power. Retrieved from URL: https://www.chinadaily.com.cn/china/2014-01/01/content_17208354.htm
7. NATO Strategic Communications Centre of Excellence (2018). Confucius Institutes. Retrieved from URL: https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/confucius_institutes.pdf
8. The Chronicle of Higher Education (2023). Latitudes: Political pressures and funding threats led to a wave of Confucius Institute closures. Retrieved from URL: <https://www.chronicle.com/newsletter/latitudes/2023-11-01>
9. Wang, M. (2024). Chinese Cultural Diplomacy in the 21st Century: The China Cultural Centre Project. Aalborg University, Denmark, p. 262. Retrieved from URL: https://flex.flinders.edu.au/file/d8b6357d-4317-4e1c-a14d-2881592747e1/1/Wang2024_LibraryCopy.pdf
10. Cice (2025). China-Foreign Cultural Exchange Center, Overseas Cultural Facilities Construction and Management Center of the Ministry of Culture and Tourism. Retrieved from URL: <https://cice.org.cn/portal/site/zongzhan/bsc/bsc.jsp>
11. Xinhua net (2016). Improving “soft power” through “food” power. Retrieved from URL: http://www.xinhuanet.com/politics/2016-01/20/c_128645806.htm
12. Seo, C., Fillebrown, C. (2024). Enhancing China’s Soft Powers with Traditional Chinese Medicine and Global Healthcare Integration. *Journal of Student research*: Bergen County Academies. Hackensack, vol. 13, № 1, p. 8. Retrieved from URL: https://www.researchgate.net/publication/382950825_Enhancing_China’s_Soft_Powers_with_Traditional_Chinese_Medicine_and_Global_Healthcare_Integration
13. Council on Foreign Relations (2020). Traditional Chinese Medicine: A Cure for China’s Soft Power Woes? Retrieved from URL: <https://www.cfr.org/blog/traditional-chinese-medicine-cure-chinas-soft-power-woes>
14. Jeong, J., Grix, J., Grix, L. (2024). The role of sports mega-events in China’s unique soft power strategy. *Humanities and Social Sciences Communications*, № 11, p. 9. Retrieved from URL: <https://www.nature.com/articles/s41599-024-04116-9#citeas>
15. Піляєв, І. (2024). Сучасна економічна дипломатія КНР у відносинах із країнами, що розвиваються (на прикладі регіону Африканського рогу). *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*, № 1 (58). URL: <https://intern.bulletin.knu.ua/article/view/2331/2814>
16. China Global South (2023). New Chinese-Backed Refinery Could Help Angola Shift From Importing Petroleum Products to Becoming an Exporter. Retrieved from URL: <https://chinaglobalsouth.com/2023/06/15/new-chinese-backed-refinery-could-help-angola-shift-from-importing-petroleum-products-to-becoming-an-exporter/>
17. Paterson, S. (2024). How much of China’s investment into Africa is real? Retrieved from URL: <https://www.hinrichfoundation.com/research/article/fdi/how-much-of-china-investment-into-africa-is-real/>
18. Asia Society Policy Institute (2025). Global Public Opinion on China. Retrieved from URL: <https://asiasociety.org/policy-institute/global-public-opinion-china>

REFERENCES

1. Xuewu, G. (2005). China's Choice for "Peaceful rise": The Emergence of Realistic Nationalism and its Implications for the Taiwan Issue. *5th Europe-Northeast Asia Forum: German Institute for International and Security Affairs*, p. 6. Retrieved from URL: https://www.swp-berlin.org/publications/products/projekt_papiere/Gu2005_ChinaPeacefulRise_ks.pdf (in English).
2. The State Council the People's Republic of China (2014). China's Peaceful Development. Retrieved from: https://english.www.gov.cn/archive/white_paper/2014/09/09/content_281474986284646.htm (in English)/
3. Dongnu, Guo (2023). Revealing China's Soft Power Narratives in State-Owned Media: A Content Analysis. *Chinese Journal of International Review: World Scientific Publishing*, Singapore, vol. 5, No. 2, p. 25. Retrieved from URL: https://www.worldscientific.com/doi/10.1142/S2630531323500087?srsId=AfmBOooHHza1hi0jIvJSHS7YV1qV2JZlZvqKiR4_0I9A4lZ0UKTYK23N (in English).
4. Coda story (2022). How China became a global disinformation superpower. Retrieved from URL: <https://www.codastory.com/disinformation/kurlantzick-book-china-global-media-offensive/> (in English).
5. Zhang, X. (2009). Chinese State Media Going Global. *East Asian policy: National University of Singapore*. Singapore, p. 42–50. Retrieved from URL: https://research.nus.edu.sg/eai/wp-content/uploads/sites/2/2017/11/Vol2No1_ZhangXiaoling.pdf (in English).
6. China daily (2014). China to promote cultural soft power. Retrieved from URL: https://www.chinadaily.com.cn/china/2014-01/01/content_17208354.htm (in English).
7. NATO Strategic Communications Centre of Excellence (2018). Confucius Institutes. Retrieved from URL: https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/confucius_institutes.pdf (in English).
8. The Chronicle of Higher Education (2023). Latitudes: Political pressures and funding threats led to a wave of Confucius Institute closures. Retrieved from URL: <https://www.chronicle.com/newsletter/latitudes/2023-11-01> (in English).
9. Wang, M. (2024). Chinese Cultural Diplomacy in the 21st Century: The China Cultural Centre Project. Aalborg University, Denmark, p. 262. Retrieved from URL: https://flex.flinders.edu.au/file/d8b6357d-4317-4e1c-a14d-2881592747e1/1/Wang2024_LibraryCopy.pdf (in English).
10. Cice (2025). China-Foreign Cultural Exchange Center, Overseas Cultural Facilities Construction and Management Center of the Ministry of Culture and Tourism. Retrieved from URL: <https://cice.org.cn/portal/site/zongzhan/bsc/bsc.jsp> (in English).
11. Xinhua net (2016). Improving "soft power" through "food" power. Retrieved from URL: http://www.xinhuanet.com/politics/2016-01/20/c_128645806.htm (in English).
12. Seo, C., Fillebrown, C. (2024). Enhancing China's Soft Powers with Traditional Chinese Medicine and Global Healthcare Integration. *Journal of Student research: Bergen County Academies*. Hackensack, vol. 13, №1, p. 8. Retrieved from URL: https://www.researchgate.net/publication/382950825_Enhancing_China's_Soft_Powers_with_Traditional_Chinese_Medicine_and_Global_Healthcare_Integration (in English).
13. Council on Foreign Relations (2020). Traditional Chinese Medicine: A Cure for China's Soft Power Woes? Retrieved from URL: <https://www.cfr.org/blog/traditional-chinese-medicine-cure-chinas-soft-power-woes> (in English).
14. Jeong, J., Grix, J., Grix, L. (2024). The role of sports mega-events in China's unique soft power strategy. *Humanities and Social Sciences Communications*, № 11, p. 9. Retrieved from URL: <https://www.nature.com/articles/s41599-024-04116-9#citeas> (in English).

15. Pilyaev, I. (2024). Sychasna ekonomichna dyplomatiya KNR u vidnosynah iz krainamy, shcho rozvyvaiutsya (na prykladi regionu Afrykanskoho rohu). *Visnyk Kyivskoho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, №1(58). Retrieved from URL: <https://intern.bulletin.knu.ua/article/view/2331/2814> (in Ukrainian).

16. China Global South (2023). New Chinese-Backed Refinery Could Help Angola Shift From Importing Petroleum Products to Becoming an Exporter. Retrieved from URL: <https://chinaglobalsouth.com/2023/06/15/new-chinese-backed-refinery-could-help-angola-shift-from-importing-petroleum-products-to-becoming-an-exporter/> (in English).

17. Paterson, S. (2024). How much of China's investment into Africa is real? Retrieved from URL: <https://www.hinrichfoundation.com/research/article/fdi/how-much-of-china-investment-into-africa-is-real/> (in English).

18. Asia Society Policy Institute (2025). Global Public Opinion on China. Retrieved from URL: <https://asiasociety.org/policy-institute/global-public-opinion-china> (in English).

Матеріал надійшов до редакції 06.06.2025 р.

УДК 94(477.64:4)"2002/2025":[327.82:341.82]

Руслан Шиханов,

кандидат історичних наук,

доцент кафедри всесвітньої історії та міжнародних відносин,

Запорізький національний університет,

ars.720427@gmail.com,

ORCID ID: 0009-0000-9477-1719,

DOI 10.29038/2524-2679-2025-02-204-253

СТВОРЕННЯ ТА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОЧЕСНИХ КОНСУЛЬСТВ ІНОЗЕМНИХ ДЕРЖАВ У ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ (2002–2025 рр.)

У статті на підставі відкритих джерел досліджено процес створення та особливості функціонування почесних (нештатних) консульств іноземних держав на території Запорізької області України.

Установлено, що в Запорізькій області впродовж 2002–2025 рр. функціонували чотири почесних консульства: Болгарії (2002–2022), Казахстану (2006–2017), Австрії (із 2017) та Латвії (із 2019).