

DOI 10.31558/2519-2949.2023.4.22

УДК 327.8 (510)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0921-6142>

Голянич Б. В., Воєнна академія імені Євгенія Березняка

ВИКОРИСТАННЯ КИТАЄМ «М'ЯКОЇ СИЛИ» ТА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ З ТОЧКИ ЗОРУ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

У статті розглянуто аспекти використання Китаєм «м'якої сили» та формування міжнародного іміджу з точки зору культурної дипломатії. Встановлено, що поняття «м'якої сили» у Китаї вперше було введено в 1993 році колишнім членом Політбюро КПК Ван Хуніном та підтримано сьогоднішнім лідером Китаю Сі Цзінпінном.

Проаналізовано сутність культурної дипломатії як складової публічної дипломатії у контексті формування міжнародного іміджу Китаю. Культурна дипломатія як інструмент «м'якої сили» стає актуальним напрямком політики Китаю через необхідність ефективно вирішувати питання національної безпеки, формування позитивного міжнародного іміджу, стимулювання культурного та економічного розвитку.

Досліджено китайську модель культурної дипломатії, яка має популярність на міжнародному рівні та є привабливою як для розвинутих країн, так і для країн, які розвиваються. Китай має багаті культурні ресурси «м'якої сили» та виробив власний підхід до реалізації культурної дипломатії, акцентуючи насамперед на привабливості своєї культури, китайської їжі, традиційній китайській медицині, бойовому мистецтві та інше. У рамках «Одного поясу і одного шляху» Пекіном ініціюється проведення все більш нових інфраструктурних проєктів та культурних заходів. Для формування позитивного іміджу Китай активно використовує канали власних ЗМІ з метою залучення більшої аудиторії.

На основі використання історичного досвіду було визначено, що, на відміну від країн Заходу та США, культурна дипломатія Китаю розпочалася пізно і їй бракує досвіду. Китай будує систему дискурсу для культурної дипломатії Китаю, протистойть та спростовує навмисні зусилля Заходу дискредитувати експорт китайської культурної «м'якої сили».

Було визначено, що формування міжнародного іміджу Китаю залежить не лише від дослідження ресурсів культурної «м'якої сили», а й від того, як країна використовує та поширюватиме культурну «м'яку силу». Шляхом зміцнення діалогу та взаєморозуміння між цивілізаціями Китай може створити краще середовище міжнародної громадської думки для подальшого його відкриття для зовнішнього світу.

Ключові слова: Китай, США, м'яка сила, міжнародний імідж, зовнішня політика, культурна дипломатія.

Постановка проблеми в загальному вигляді. У сучасному глобалізованому та інтегрованому світі репутація та позитивний імідж країни все більше цінується та привертає увагу міжнародної спільноти. Імідж країни пов'язаний не лише з міжнародними відносинами, а й впливає на національну економіку і конкурентноспроможність країни. Як наслідок, створення, просування та зміцнення національного іміджу все більше цінується різними країнами та розглядається як стратегія «м'якої сили» в непередбачуваному міжнародному середовищі.

Провідні країни світу надають великого значення культурній дипломатії та розглядають її як ефективний інструмент «м'якої сили» для захисту національних інтересів і підвищення міжнародного статусу.

За допомогою культурної дипломатії Китай у свою чергу активно формує міжнародний імідж із використанням «м'якої сили», яка є зовсім новим компонентом у китайській стратегії. Прийняття у 2003 році доктрини мирного піднесення Китаю та виникнення у 2004 році концепції «гармонійного світу» обумовили необхідність інституційного вдосконалення країни, її залучення до глобальної економічної інтеграції та мирного співіснування. Успішність та ефективність «м'якої сили» Китаю є об'єктом дискусій, що і визначає актуальність досліджуваного питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значна частина досліджень із цього напрямку здійснюється в країнах-лідерах, які формують геополітичну картину світу та є головними акторами на ній. Категорію «м'яка сила» вивчали Дж. Акшай, Р. Армідж, Зб. Бжезинський, Р. Кейган, Р. Кеохейн, Г. Кіссінджер, А. Коен, М. Кокс, М. Лібіцкі, С. Люкс, Дж. Меттерн, Дж. Най та інші.

Зокрема закордонні вчені, такі як Зб. Бжезинський, Р. Кейган, Р. Кеохейн, Г. Кіссінджер, вважають, що саме через «масову культуру» відбувається найбільший вплив «м'якої сили». Масова культура повинна мати розважальний характер, бути доступною та задовольняти потреби більшості суспільства.

В основу дослідження таких вчених як Л. Дорош, М. Яблонська, О. Мацькович, В. Кіктенко, Д. Коротков, О. Сенченко, А. Кравченко закладені передусім роботи, в яких аналізуються особливості застосування політики «м'якої сили» Китаєм на сучасному етапі його розвитку та відповідно до актуальних викликів формування його міжнародного іміджу.

Мета статті – визначення ролі «м'якої сили» в зміцненні Китаєм свого міжнародного становища та аналіз формування Китаєм міжнародного іміджу з точки зору культурної дипломатії.

Виклад основного матеріалу. У сучасному контексті глобалізації та інтеграції майже всі країни світу намагаються просувати імідж своєї країни, щоб завоювати визнання більшої кількості людей. Для досягнення цієї мети, на додаток до підтримки «жорсткої сили», такої як військова та економічна, країни часто використовують стратегії «м'якої сили», включаючи культурну дипломатію.

Аналітичні центри та політичні діячі в різних країнах світу висувають неоднакові погляди на культурну дипломатію. Культурна дипломатія може бути інструментом для розширення впливу та встановлення національного статусу, але вона також може сприяти економіці або вона може бути інструментом для досягнення розвитку та підкреслення власної національної присутності. Проте загалом різні концепції сходяться на тому, що культурна дипломатія – це дипломатична сфера, яка використовує культуру для просування іміджу країни, покращення її іміджу та цілісності, а також зміцнення взаєморозуміння між різними етнічними групами.

Специфічний зміст культурної дипломатії полягає в дипломатичній діяльності, яка здійснюється суверенною державою в рамках координації певної зовнішньої культурної політики з метою підтримки культурних інтересів і реалізації національних зовнішньокультурних стратегічних цілей.

Просування та популяризацію іміджу країни вже давно визначено багатьма країнами світу як один із «авангардів» у формуванні та реалізації зовнішньої політики, а також як інструмент консолідації «м'якої сили» країни.

Поняття «м'якої сили» у Китаї вперше було введено в 1993 році колишнім членом Політбюро КПК Ван Хуніном, який запропонував використовувати теорію Ная для вироблення стратегії протидії поняттю «китайської загрози». Проте на практиці ця пропозиція так і не була реалізована. Про концептуалізацію «м'якої сили» як методу зовнішньої політики Пекін став турбуватися вже у ХХІ столітті.

На 17-му з'їзді КПК у 2007 році вдалося дійти висновку, що «м'яка сила» повинна базуватися на демонстрації розвитку китайської соціалістичної системи та поширенні автентичної китайської культури. Колишній президент держави Ху Цзіньтао стверджував, що «велике оновлення китайської держави супроводжуватиметься розквітом китайської культури», тож одним із першочергових завдань для КНР стало ефективне проведення культурної дипломатії. А вже у 2014 році Сі Цзіньпін заявив, що КНР мусить «збільшити свою м'яку силу, дати поштовх хорошему китайському наративу й краще донести послання про країну світові» [1].

Причиною звернення Китаю до ресурсів «м'якої сили» також стало швидке проникнення глобалізації і американізації китайського суспільства, які яскраво ілюстрували можливості «м'якої сили» США. Все це призвело до пошуку нових інструментів зовнішньої політики, які, з одного боку, допомогли б зміцнити становище Китаю на міжнародній арені, а з іншого боку – змінити образ Китаю в очах потенційних партнерів.

Китайська цивілізація відрізняється безперервністю традицій і культурним монолітом, регульованим емоційно забарвленими відносинами. Зовсім не дивно, що місце одного з основних ресурсів у стратегії «м'якої сили» Китаю відводиться культурі. Переважно на підтримці і просуванні своєї традиційної культури зосереджуються зусилля Китаю, впевненого, зокрема, що країна здатна збільшити свою «м'яку силу» шляхом формування спільної ідентичності та цінностей для азіатів на основі конфуціанських цінностей єдності, ощадливості і поняття гармонії.

В умовах глобалізації культурна дипломатія відіграє дедалі важливішу роль у політиці, економіці, культурі та інших сферах. Китай визначає культуру як частину своєї національної сили

для досягнення мети стати світовою державою. Китай створив сотні інститутів Конфуція на різних континентах для популяризації китайської мови та культури.

За останні роки культурна дипломатія Китаю досягла певних результатів. У сфері транснаціональних міжлюдських і культурних обмінів почали формуватися механізми високого міжлюдського та культурного обміну Китаю з іноземними країнами. Створено вісім основних механізмів, включаючи механізм високого рівня міжлюдського та культурного обміну між Китаєм і Великобританією, механізм діалогу між людьми та культурними обмінами на високому рівні між Китаєм та ЄС та механізм соціального та міжлюдського діалогу між Китаєм та США.

У рамках «Одного поясу і одного шляху» Міністерство освіти Китаю підписало угоди про освітню співпрацю з понад 60 країнами світу, організувало 37 шкільних проєктів у країнах уздовж «шляху» та створило 131 інститутів Конфуція, коледжів та 119 класів Конфуція. Міністерство культури Китаю організувало майже 300 культурних заходів різного типу в понад 70 містах у 37 країнах [2].

Інститути Конфуція в контексті політики «м'якої сили» стали китайськими освітньо-культурними установами, які фінансуються урядом, створені на базі закордонних навчальних закладів. Основними завданнями інститутів Конфуція є: вивчення китайської мови, організація культурних заходів, пропагування стажування для іноземних студентів на території Китаю, ознайомлення іноземців із китайською історією.

Водночас китайський уряд вважає, що інститути Конфуція стали інструментом збільшення політичного впливу Пекіна, адже чим більше людей вивчають китайську мову та проникаються китайською культурою, тим легше китайському уряду долати стереотипи про країну. Відповідно Пекін може з більшою ймовірністю нівелювати побоювання за кордоном стосовно китайського експансіонізму та «китайської загрози» й звести до мінімуму враження про наступальну зовнішню політику Китаю серед іноземців.

Що стосується самої роботи з міжнародного культурного обміну, то об'єктивно існуючі культурні відмінності між Китаєм і Заходом призвели до того, що Китай і Захід не мають абсолютно однакового розуміння позиціонування та функцій культурних обмінів. Сучасна китайська наука пояснює «гуманітарні науки» як різноманітні культурні явища в людському суспільстві, пов'язані з людьми та створені ними. «Гуманітарні науки» в китайському контексті можна просто підсумувати як сукупність людської культурної діяльності самого людського суспільства, а люди є основним органом культурної діяльності.

Взявши за приклад китайсько-британський механізм діалогу між людьми на високому рівні, британська сторона вважає, що багато сфер, охоплених «діалогом між людьми», тісно пов'язані з життям звичайних людей, включаючи медицину та охорону здоров'я, освіту, культуру, туризм [3]. Починаючи з 2012 року і дотепер, сфера співпраці між людьми та культурними обмінами на високому рівні між Китаєм і Великою Британією продовжує розширюватися, від початкової сфери освіти до охоплення медицини та охорони здоров'я, культурних і творчих індустрій, технологій інновацій, туризму, спорту, молоді, регіонального співробітництва та інше.

Китайсько-британські міжлюдські та культурні обміни спрямовані на розширення партнерства між двома країнами шляхом сприяння двосторонньому співробітництву у вищезазначених темах [4]. У цьому сенсі британська сторона розглядає міжлюдські та культурні обміни як спосіб обміну та сумісності, що сприяє підвищенню добробуту окремих осіб або громадян, а зацікавленість британської сторони в інтересах людей є важливою мотивацією для її участі в конструкції цього механізму.

Культурний обмін є лише однією з сфер співпраці, тому, з точки зору Британії, сприяння розумінню британцями китайської культури та сприяння взаємному навчанню між китайською та британською цивілізаціями не є основними функціями механізму китайсько-британського культурного обміну.

Політична увага Китаю більше зосереджена на культурному аспекті та взаємному навчанні між цивілізаціями, щоб сформувати ряд культурних обмінів, бренди з китайськими особливостями та міжнародним впливом, а також сприяти засвоєнню Китаєм досягнень іноземної передової цивілізації для досягнення більшого прогресу. Китай також сподівається досягти культурного діалогу між різними цивілізаціями шляхом створення механізму китайсько-іноземної співпраці у сфері міжлюдського та культурного обміну.

Опитування, проведене спільно міжнародним комунікаційним центром China International Publishing Group, Millward Brown і Lightspeed GMI, показало, що історія, культура та економічна

«м'яка сила» Китаю є важливими ресурсами для побудови національного іміджу Китаю. Багаті ресурси «м'якої сили» Китаю включають не лише нематеріальні ресурси, такі як культура, політичні цінності та приваблива зовнішня політика, а й матеріальні вигоди, такі як привабливість, створена прибутковими ринками чи іноземною допомогою.

Слід також визнати, що різні аудиторії мають різне історичне, культурне та соціальне походження, і один дискурс, одна модель і один метод не можуть використовуватися для сприяння експорту «м'якої сили» та побудови зовнішнього іміджу країни.

Після проведення реформ Китай досяг видатних досягнень в економічному будівництві та дослідив і узагальнив концепції розвитку, засновані на власному досвіді розвитку, такі як пріоритетність засобів до існування людей і підтримання балансу між ринком і урядом [5].

Китайська модель користується популярністю на міжнародному рівні, набираючи все більшої прихильності. Завдяки своїй високій гнучкості та ефективності китайська модель є більш привабливою для величезної кількості країн, що розвиваються, і слаборозвинених країн, які терміново потребують індустріалізації, модернізації та економічної трансформації.

Проведене опитування соціологічним агентством Afrobarometer щодо враження Африки від Китаю показує, що понад 63% респондентів визнали, що найважливішими факторами позитивного іміджу Китаю є сприяння соціальному розвитку та інвестиції в бізнес [6]. При формуванні культурних обмінів для цих країн економічні досягнення, моделі розвитку та досвід розвитку можуть бути використані як ресурси «м'якої сили», і на цій основі може бути побудований імідж Китаю.

Країни, що розвиваються, визнають Китай учасником глобального розвитку та глобального управління Китаю в економічній сфері відповідно на 48% і 74% для порівняння [7]. У зв'язку з цим, експортуючи «м'яку силу» в розвинені країни, Китай зосереджується на використанні культурних ресурсів м'якої сили, заснованих на історії та культурі, щоб залучити західних людей і посилити їх сприятливе враження про Китай.

Китай має багаті культурні ресурси «м'якої сили». Китайська їжа, традиційна китайська медицина, бойові мистецтва, китайська класична міфологія, каліграфія та живопис, традиційні китайські ремесла та твори мистецтва – це найяскравіші елементи китайської культури.

Китайська їжа, традиційна китайська медицина та бойові мистецтва є елементами, які, на думку респондентів за кордоном, найкраще представляють китайську культуру. Респонденти в розвинених країнах, як правило, обирають китайську їжу як елемент, що найкраще представляє китайську культуру, тоді як респонденти з країн, що розвиваються, частіше обирають традиційну китайську медицину та бойові мистецтва [8].

Перш за все, коли справа доходить до вибору точки зору пропаганди, китайський спільний підхід полягає в розробці великого нарративу з національної точки зору, щоб відобразити досягнення та прогрес Китаю у сферах економіки, суспільства, культури, спорту та інших сферах.

Однак єдиний нарративний метод і стереотипний нарративний метод не тільки шкодять міжкультурному розумінню Китаю, але й можуть мати протилежний ефект. Наприклад, по-перше, деякі дослідники вважають, що вираження деяких документальних фільмів у Китаї при поширенні культури в зовнішній світ мають грандіозні нарративи та дидактичні значення, передають почуття вищості в поблажливій манері та не мають рівного ставлення до аудиторії.

По-друге, зовнішня пропагандистська робота Китаю часто розглядає уряд як провідну силу та ігнорує неофіційні та приватні сили. Зміцнення та покращення міжлюдських обмінів між Китаєм та зарубіжними країнами вказує на те, що необхідно вдосконалити механізм і систему широкої участі всього суспільства, повністю мобілізувати ентузіазм центральних і місцевих органів влади, уряду та суспільства, і далі використовувати вплив різних місцевостей, відомств, різноманітних організацій і груп.

З розвитком мережевих технологій, власне медіа поступово стає все більш важливою силою формування міжнародного іміджу Китаю з точки зору культурної дипломатії. Порівняно з офіційною пропагандою, саме ЗМІ можуть залучити більше аудиторії до формування міжнародного іміджу Китаю. Візьмемо як приклад основний західний веб-сайт із відео YouTube: офіційне медіа Китаю «CCTV Records» має лише 570 000 підписок і 156 мільйонів переглядів. Однак більш популярними є медіа «Food Writer Wang Gang», яке навчає китайської кухні та демонструє китайську сільську працю та їжу, і медіа Дінглі «Li Ziqi liziqi»: мають 1,19 мільйона підписок і 249 мільйонів переглядів, а також 8,71 мільйона підписок і 1,1 мільярда переглядів відповідно [9].

Китай активно використовує канали власних ЗМІ, щоб «м'яко» показати світові імідж Китаю. Зокрема, китайські чиновники рекламують чудові колонки для власних медіа на офіційних

платформах, надають власним медіа допомогу в технічній роботі, такій як зйомка, редагування та переклад тексту, і створюють платформу для співпраці між китайськими власними ЗМІ та іноземними ЗМІ.

Висновок. Історичний досвід показує, що культурна дипломатія є невід’ємною частиною дипломатії великих держав і важливим засобом формування іміджу країни та поширення її «м’якої сили». На відміну від країн Заходу та США, культурна дипломатія Китаю розпочалася пізно і їй бракує досвіду. Китай будує систему дискурсу для культурної дипломатії Китаю, протистоїть та спростовує навмисні зусилля Заходу дискредитувати експорт китайської культурної «м’якої сили».

Надавши важливого значення «м’якій силі» як засобу зовнішньої політики у XXI столітті, Китай посилено інвестує в культурну й публічну дипломатію та інфраструктурні проекти. Покращення іміджу Китаю є не легким для нього завданням. Передусім це пояснюється тим, що Китаю, який вже 70 років має імідж авторитарної держави, викликає недовіру за кордоном. Пекіну набагато важче досягти вирішення важливих стратегічних питань, пов’язаних із Тайванем, Тибетом, співпрацею з іншими державами у сфері торгівлі, обміну технологіями чи екологічної безпеки.

Формування міжнародного іміджу Китаю залежить не лише від дослідження ресурсів культурної «м’якої сили», а й від того, як країна використовує та поширюватиме культурну «м’яку силу». Це довгострокове та важливе завдання, яке стоїть перед дипломатією Китаю в нову еру. Шляхом зміцнення діалогу та взаєморозуміння між цивілізаціями Китай може створити краще середовище міжнародної громадської думки для подальшого його відкриття для зовнішнього світу.

Бібліографічний список:

1. М’яка сила як інструмент зовнішньої політики Китаю. URL: <https://adastra.org.ua/blog/myaka-sila-yak-instrument-zovnishnoyi-politiki-kitayu> (дата звернення 15.08.2023).
2. П’ята річниця «Ініціативи «Один пояс, один шлях»: огляд і перспективи з точки зору політики. Пекін: *Renmin University of China Chongyang Research Report*. 2018, № 41.
3. Madden P. UK China People to People talks. URL: <https://blogs.fcdo.gov.uk/paulmadden/2015/09/18/uk-china-people-to-people-talks/> (дата звернення 25.09.2023).
4. Joint statement of the fifth meeting of the UK-China High-Level People to People Dialogue. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/fifth-meeting-of-the-uk-china-high-level-people-to-people-dialogue-joint-statement/joint-statement-of-the-fifth-meeting-of-the-uk-china-high-level-people-to-people-dialogue> (дата звернення 01.10.2023).
5. QI Huaigao. Глобальна частка ідеї розвитку Китаю та функція міжнародних організацій. *International Observation*. 2014 (6): 22.
6. China’s growing presence in Africa wins largely positive popular reviews. URL: <https://www.afrobarometer.org/publication/ad122-chinas-growing-presence-africa-wins-largely-positive-popular-reviews/> (дата звернення 01.10.2023).
7. Центр досліджень міжнародної комунікації, Управління видавництва іноземних мов Китаю. Глобальне дослідження національного іміджу Китаю. 2018: 8.
8. Yu Yunquan, Wang Dan, SUN Jixin. Глобальне дослідження національного іміджу Китаю в 2018 р. *Зовнішні комунікації*. 2019 (11): 29.
9. Yan Xiaoxiao. Dealing with «China’s Sharp Power Theory»: China’s Use of Soft Power and International Image Building from the Perspective of Cultural Diplomacy. URL: <http://www.ccis.sdu.edu.cn/info/1010/4402.htm> (дата звернення 06.11.2023).

References:

1. Miaka syła yak instrument zovnishnoi polityky Kytai. URL: <https://adastra.org.ua/blog/myaka-sila-yak-instrument-zovnishnoyi-politiki-kitayu> (data zvernennia 15.08.2023).
2. Piata richnytsia «Initsiatyvy «Odyn poias, odyn shliakh»: ohliad i perspektyvy z tochky zoru polityky. Pekin: *Renmin University of China Chongyang Research Report*. 2018, № 41.
3. Madden P. UK China People to People talks. URL: <https://blogs.fcdo.gov.uk/paulmadden/2015/09/18/uk-china-people-to-people-talks/> (data zvernennia 25.09.2023).
4. Joint statement of the fifth meeting of the UK-China High-Level People to People Dialogue. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/fifth-meeting-of-the-uk-china-high-level-people-to-people-dialogue-joint-statement/joint-statement-of-the-fifth-meeting-of-the-uk-china-high-level-people-to-people-dialogue> (data zvernennia 01.10.2023).
5. QI Huaigao. Hlobalna chastka idei rozvytku Kytaiu ta funktsiia mizhnarodnykh orhanizatsii. *International Observation*. 2014 (6): 22.
6. China’s growing presence in Africa wins largely positive popular reviews. URL: <https://www.afrobarometer.org/publication/ad122-chinas-growing-presence-africa-wins-largely-positive-popular-reviews/> (data zvernennia 01.10.2023).

7. Tsentr doslidzhen mizhnarodnoi komunikatsii, Upravlinnia vydavnytstva inozemnykh mov Kytaiu. Hlobalne doslidzhennia natsionalnoho imidzhu Kytaiu. 2018: 8.

8. Yu Yunquan, Wang Dan, SUN Jixin. Hlobalne doslidzhennia natsionalnoho imidzhu Kytaiu v 2018 r. *Zovnishni komunikatsii*. 2019 (11): 29.

9. Yan Xiaoxiao. Dealing with «China's Sharp Power Theory»: China's Use of Soft Power and International Image Building from the Perspective of Cultural Diplomacy. URL: <http://www.ccis.sdu.edu.cn/info/1010/4402.htm> (data zvernennia 06.11.2023).

Holianych B. V. China's use of «soft power» and international image formation from the perspective of cultural diplomacy

The article examines the aspects of China's use of «soft power» and the formation of its international image from the point of view of cultural diplomacy. It is established that the concept of «soft power» in China was first introduced in 1993 by the former member of the CCP Politburo, Wang Huning, and supported by today's Chinese leader, Xi Jinping.

The essence of cultural diplomacy as a component of public diplomacy in the context of shaping China's international image is analyzed. Cultural diplomacy as a tool of «soft power» is becoming a relevant direction of China's policy due to the need to effectively solve national security issues, create a positive international image, and stimulate cultural and economic development.

The Chinese model of cultural diplomacy, which has popularity at the international level and is attractive to both developed and developing countries, has been studied. China has rich cultural resources of «soft power» and has developed its own approach to the implementation of cultural diplomacy, focusing primarily on the attractiveness of its culture, Chinese food, traditional Chinese medicine, martial arts, and more. As part of the «One Belt and One Road» initiative, Beijing is initiating more and more new infrastructure projects and cultural events. To form a positive image, China actively uses its own media channels in order to attract a larger audience.

Based on the use of historical experience, it was determined that, unlike the West and the US, China's cultural diplomacy started late and lacks experience. China is building a discourse system for China's cultural diplomacy, resisting and refuting the West's deliberate efforts to discredit China's cultural "soft power" exports.

It was determined that the formation of China's international image depends not only on the exploration of cultural "soft power" resources, but also on how the country will use and spread cultural "soft power". By strengthening dialogue and mutual understanding between civilizations, China can create a better environment for international public opinion to further open it up to the outside world.

Keywords: *China, USA, soft power, international image, foreign policy, cultural diplomacy.*