

ТАМ, ГДЕ КИТАЙ БЛИЗКО

КАК СТРОЯТСЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ КИТАЙЦЕВ И РОССИЯН В ПРИГРАНИЧЬЕ

А.В. ЖУКОВ

Доктор философских наук

А.А. ЖУКОВА

Кандидат философских наук

Забайкальский государственный университет (г. Чита)

Ключевые слова: Китай в оценке россиян, российско-китайское приграничье, «алармистский образ», «прагматический образ», массовое восприятие, информационное воздействие

Стремительное социально-экономическое развитие Китая, а также его растущее влияние на сопредельные страны вызывает естественный вопрос: как воспринимают эту великую развивающуюся страну в сопредельных государствах и регионах. Особенно там, где граница с КНР совсем близко, а многообразные связи с Китаем оказывают огромное влияние на уклад местной жизни и на общее мировосприятие населения, как, например, в Забайкалье¹.

Забайкальцы видят китайцев и их товар на рынках и в магазинах, одеваются в китайскую одежду и едят китайские продукты. Жители региона живут в домах, которые возведены китайскими строителями и всё чаще садятся в китайские автомобили. Регулярные посещения соседнего Китая стали настолько обычным занятием забайкальцев, что нельзя не задуматься над тем, не происходит ли определенная трансформация экономических ориентаций россиян, проживающих на приграничных территориях, в сторону южного соседа?

Эти вопросы волнуют не только забайкальцев, но и жителей других регионов России, граничащих с Китаем.

Далеко не случайно к проблематике, связанной с тем, как россияне воспринимают образы Китая, обратилось множество отечественных ученых, среди которых - В.Л.Ларин², А.В.Лукин³, А.А.Маслов⁴, В.В.Миндогулов⁵ и др. Тем не менее, характеристика образов Китая, связанных с его экономическим присутствием на приграничных территориях России, остаётся пока, в сущности, совершенно не исследованным вопросом. И подчеркнем особо: вопросом не простым.

Собственно говоря, формирование образа народа, с которым представители коренной нации повседневно и тесно общаются, - это важнейшая и притом неизбежная функция народного сознания. И собственный образ, и образ других народов проявляется, прежде всего, как миф, хранящийся в многовековой памяти и в чем-то наивной картине мира.

Восприятие образов «других» в науке связывается с мифологическим мышлением, которое в новых условиях как бы «накладывается» на повседневную будничную практику контактов с уже не мифологическими, а вполне живыми, осязаемыми «другими»⁶. Которые, заметим, продолжают оставаться (и, видимо, навсегда останутся) «другими», несмотря на теснейшие экономические, культурные, социально-бытовые связи.

ОБРАЗЫ КИТАЯ В ПЕРИОД «ЧЕЛНОЧНОГО БУМА»

Формирование современного образа экономики Китая среди россиян связывается с началом «перестройки», когда в нашей стране благодаря смене стратегического курса развития начали прокладывать дорогу рыночные отношения. В то время запреты, касавшиеся взаимодействия с

Китаем, были сняты, и китайцы отправились в Россию, а русские - в Китай.

Общей задачей была организация торговли товарами широкого потребления. Это время получило название «эпохи челночного бума», в течение которой среди российского населения распространились два типа восприятия Китая: один принято называть «прагматическим», второй - «алармистским» (тревожным). Первый нацелен на конструирование и распространение позитивных образов Китая. Второй, вызывающий тревогу, связан с реакцией на быстрый рост числа китайцев в нашей стране и их (чересчур, как многие полагают) энергичные действия. Примечательно, что эти противоположные по содержанию образы сосуществовали и сосуществуют нередко в сознании одних и тех же людей⁷.

Позитивный образ экономики

КНР в сознании населения приграничья сложился в связи с ожиданием позитивных перспектив, которые открывали формирующиеся отношения с Китаем. В тот период в среде торговцев, проложивших дорогу на китайский рынок и называемых в народе «челноками», распространился миф о том, что «...в Китае дешёвый товар растёт прямо на деревьях»⁸. Рассказывали, что в КНР есть фабрики, которые производят товар известных фирм и напрямую продают его по баснословно низким ценам; что там все деньги - «лёгкие», что создать фирму там дешевле; что любые проекты из России ждёт очередь китайских финансистов⁹.

Одновременно с «прагматическим» среди россиян стал распространяться «алармистский» образ КНР, в котором китайская продукция представлялась самой низкокачественной из всех доступных на рынке¹⁰. Этот образ, кстати, был связан с предрассудками, суевериями и опасениями, выросшими из мнения, которое в большинстве этнических традиций складывается в отношении людей, понимаемых, как «другие»¹¹. Мол, Китай никогда не славился добротным товаром, и китайцы таковой просто не умеют (и никогда не сумеют) производить.

«АЛАРМИСТСКИЙ» ОБРАЗ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ

Китайцев, впервые прибывших в Забайкалье, наши соотечественники оценивали, как говорится, «по одежке». Образ китайца оказался связан со стереотипным убеждением в том, что в Китае - «всё дешёвое» исключительно по причине того, что экономический скачок ему позволили сделать дешёвые природные ресурсы и дешёвая рабочая сила¹².

Согласно свидетельству Е.Н.Визитея¹³ (русского бизнесмена живущего в КНР), в сознании россиян распространилось убеждение, что Китай построил экономику за счёт эксплуатации массы вчерашних крестьян. Считалось, что все китайцы - низкорослые¹⁴ и худые, с одинаковыми

лицами¹⁵, которые «...на улицах китайских городов скапливаются в большие толпы, одеваются в робы и соломенные шляпы, передвигаются на велосипедах, фанатично верят в коммунизм и починаются функционерам из КПК»¹⁶, и которые строят современное производство, получая лишь немного риса¹⁷ и необходимые предметы быта¹⁸.

Стремление постоянно трудиться, по мнению русских, так повлияло на жителей сопредельной страны, что они стали «патологическими трудоголиками». На их эксплуатации, как и на деньгах российских покупателей, наживаются китайские компании, которые стремятся скупить все ресурсы на свете¹⁹.

С этим тезисом оказалась связанной мифологема, которую конструируют М.Г.Делягин и А.А.Нагорный, о том, что китайцы не умеют ничего делать сами, а лишь копируют чужое и воруют технологии. По их мнению, Китай - это страна-неудачник, обречённая на поражение в мировой борьбе за выживание²⁰. Китайская экономика бесцветна, в ней нет «брендов»²¹, а есть лишь «подделки»²². Этот образ сопровождался рассказами о «мастерской дядюшки Сяо», где кустарным способом изготавливают низкопробный хлам, на который наклеивают этикетки «*Made in China*»²³.

Китайские товары вообще вредны для здоровья, утверждает расхожая мифологема, и россиянам приходят на ум плюшевые игрушки ядовитых цветов, источающие запах пластика, резины и «Бог знает каких ещё химикатов»²⁴. Яркий пример плохого товара - китайский автомобиль, который представляется россиянам как «жестянка и железный гроб на колесах»²⁵. Общественное мнение постулирует, что «...китайцы не умеют делать автомобили и никогда не научатся». Среди «капсул смерти», как называют россияне автомобили из Поднебесной, больше других прославилась *Chery Amulet* - «машина-убийца»²⁶.

Миф о «китайском оборудовании» утверждает, что после по-

купки это оборудование не обслуживается, и потому бессмысленно искать запасные части и пытаться его отремонтировать²⁷.

Яркий эмоциональный накал сопровождает конструирование «алармистских» образов китайского сельского хозяйства. В современном Забайкалье, где китайцы - практически единственные дееспособные производители сельхозпродукции, население региона болезненно реагирует на их деятельность и успехи. «Алармистский миф» утверждает, что Китай развивается за счёт масштабного нанесения вреда окружающей природной среде; поэтому цена такого развития - жизнь будущих поколений²⁸.

Содержание мифа состоит в противопоставлении российской и китайской технологий использования земель. Так, В.И.Ишаев, во время работы в качестве представителя президента РФ в Дальневосточном Федеральном округе, говорил, что в России технология обработки пахотных земель щадящая и позволяет земле «отдыхать», в то время как китайцы применяют интенсивные технологии и наносят вред российским пахотным угодьям. Среди населения ходят рассказы о том, что китайцы используют запрещённые или неизвестные в России виды удобрений, уничтожают почвенный слой и высевают генномодифицированные семена²⁹.

Нередко подобные обвинения приводят к публичным разбирательствам³⁰, но в силу того, что сдача пахотных земель в аренду китайцам не прекращается, мифы распространяются всё более интенсивно. Например, житель Хакасии В.И.Ананьев рассказал, как ему пришлось присутствовать при проведении чудовищного эксперимента. По его словам, однажды вечером китайцы поместили в особую яму зелёные помидоры, затем посыпали их каким-то порошком и залили водой, а утром достали красные томаты. Пенсионер утверждал, что отправил порошок в новосибирский Институт органической химии, однако его сотрудники не смогли выяснить, что это за вещество³¹.

Не менее эмоционально насы-

шен образ Китая, уничтожающего российский лес и эксплуатирующего природные запасы региона. Например, китаист Ю.В.Чудодеев, анализируя проблемы стратегического взаимодействия между пограничными государствами, пишет о процессах торгового взаимодействия с Китаем и «помощи китайцев», результатом которой стало полное исчезновение леса в Забайкалье³².

«ПРАГМАТИЧЕСКИЙ» ОБРАЗ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ

В это же время среди населения российско-китайского приграничья распространяются образы, в которых китайская продукция³³, либо услуги китайских предприятий и фирм³⁴ представляются в самом выгодном свете. В последние годы эти образы проецируют идею «китайского бренда», в котором ярлык «Сделано в Китае» имеет очень высокий статус.

Рекламные кампании китайской продукции, как правило, начинаются с разоблачений тех представлений о Китае и его товарах, которые считаются устаревшими³⁵. Интересно, что дилеры китайской продукции утверждают, что многие из критиков китайского производства тщательно скрывают, что их более дорогая продукция также производится в Китае³⁶.

«Прагматики» заявляют, что времена, когда Китай производил «ширпотреб», прошли. «Китай ныне - это страна-поставщик отличных товаров, на которых рядом с надписью «*Made in China*» ведущие компании мира с удовольствием ставят свои логотипы, утверждается на сайте *Taobao.com*. Дилеры сообщают, что около трети продукции, собираемой на территории Китая, - это электроника, представленная такими международными брендами, как *Acer, ASUS, Canon, Fly, GE, HP, IBM, Intel, LG, Nokia, Phillips, Samsung, Sony*³⁷. Как они утверждают, современный Китай радуется качеством, долговечностью и невысокой ценой. Главное - покупать у проверенных поставщи-

ков, уверяет сайт магазина подарков «Бери-Дари»³⁸.

Наиболее яркий «прагматический» образ в сфере экономики распространяется мифом о «китайском автопроме»³⁹, который противопоставляется мифу о китайских «автомобилях-убийцах».

Эффективность китайской автомобильной промышленности демонстрируется через образы вышедших на китайский рынок автопроизводителей, специализирующихся как на китайских «брендах» (таких как *Cherry* и *Great Wall*), так и на торговых марках, приобретённых за рубежом (*Ford, GM, Hummer, Honda, Hyundai, Toyota, Volkswagen, Volvo*).

Миф говорит, что у китайского автопрома - «особый путь», характеризующийся нацеленностью на привлечение иностранных производителей, которые изготовляют комплектующие, запасные части, но собирают автомобили в Китае. Китайцы не сомневаются, что смогут приобрести любой автогигант, и распространяют миф о том, что к 2020 г. Китай станет крупнейшим мировым центром автоиндустрии⁴⁰.

На рынок России во множестве поступают не только автомобили, но и другие товары китайских производителей и поставщиков услуг. С их появлением связано распространение мифов о «Макдоналдсе», о «китайской хохлатой собачке» и «Великом китайском фаерволе».

Миф о том, что «Макдоналдс» есть изобретение китайцев наряду с компасом, порохом и бумагой, отражает стремление Китая представить себя в качестве творца мировой культуры⁴¹. Это стремление просматривается и в мифе о «хохлатой собачке», посвященном истории особой породы собак, которых разводили в Древнем Китае при династии Хань. Собаки, признаком которых является отсутствие шерсти, якобы «служили символом благополучия китайских вельмож, а китайские купцы, бравшие собачек на свои суда, развезли их по всему свету». Миф говорит, что хохлатых собачек впоследствии разводили древние *тольтеки* и

майя, из чего делается заключение о культурной и генетической преемственности между китайцами и мексиканцами⁴².

Миф о «Великом китайском фаерволе», или «Золотом щите», - это рассказ о системе фильтрации интернет-контента, разработанного Китаем, начиная с 1998 г., и запущенного в 2003 г. Характеристики системы регулирования всемирной сети, представляемые в нём, настолько поразительны, что среди россиян распространённой реакцией на отечественные примеры регулирования содержания интернета стали разговоры о том, что, мол, наши власти ведут дело к введению санкций, аналогичных китайским⁴³.

«Прагматические» проекции китайского сельскохозяйственного мифа, опровергая содержание «алармистских» оценок, рассказывают о том, как китайские крестьяне спасают Россию от голода.

«Когда-то на её рынках долгое время был дефицит овощей...»⁴⁴, - утверждает статья «История успеха господина Чжао», которую опубликовала «Жэньминь Жибао» в электронном журнале на русском языке «Китай за неделю». «Однако китайские овощеводы, - пишет автор, - используя свой опыт..., внесли изменения в традиционные методы выращивания». После этого, согласно мифу, урожайность в хозяйствах, где работают китайцы, повысилась настолько, что в России теперь повсюду и в любое время года можно встретить такие овощи, как кинза, лук, огурцы, перец, помидоры, сельдерей, шпинат, и т.д.⁴⁵

«Прагматическая» проекция сопровождает и другие товары китайского сельскохозяйственного рынка, среди которых наиболее мифологизирован китайский чай. Считается, что китайские виды чая приготавливаются по иным технологиям, чем в других странах, и это сообщает им особые свойства⁴⁶. Но больше всего заметен личностный подход, когда тот или иной чай, например, Дахунпао, Пуэр и Тегуаньинь, преподносят как любимые

напитки Мао Цзэдуна⁴⁷. Этот человек продолжает восприниматься как положительный образ, который связывается с верой в культуросотворческую силу и могущество КНР.

КАК МЕНЯЛСЯ ОБРАЗ КНР В СОЗНАНИИ РОССИЯН

Основная задача китайского «прагматического» мифотворчества - попытка изменить укоренившееся в массах россиян мнение о том, что Китай не способен произвести ничего собственного при одновременной их вере в то, что «Китай - есть мировая фабрика», и там производится абсолютно всё⁴⁸.

В России китайское мифотворчество сталкивается со стереотипным мышлением потребителя, который воспринимает изменения с явным опозданием⁴⁹. С другой стороны, сознание россиян, отказавшихся от прежних мифов, сразу связывается с новыми мифологическими образами Китая. Узнав об экономических успехах Китая, многие наши соотечественники проявляют беспокойство. Например, утверждения о том, что китайцы не получают достойной зарплаты, сменяются убеждением, что Китай вошёл в период перехода от низкого уровня к среднему уровню доходов. Этот образ искаженно рисует современную китайскую экономику, когда в стране существенно замедляется рост ВВП⁵⁰.

Схожий пример зафиксирован в свидетельстве бизнесмена Д.А.Скрипникова, который, описывая свой опыт пребывания в Китае, говорит, что его личные мифологические образы растворились «в чувстве уважения к этой стране». Но, завершая рассказ, он продуцирует новый мифологический образ и заявляет, что Китай - есть серьёзная «...угроза для любого бизнеса, построенного на производстве». Китай, по его мнению, разрабатывает современные технологии, которые будут способны легко поглотить любую экономику мира⁵¹. Подтверждает его опасения рассказ о том, как китайские концерны приобретают торговые марки ев-

ропейских, корейских и американских компаний с целью ликвидации, а затем используют их разработки на китайском рынке⁵².

Другая разновидность «алармистского мифа» - рассказы о нарастающей экономической зависимости Китая от США, а также о том, что эта страна переносит ряд своих производств в Китай, причем сегодня именно Соединенные Штаты - основные покупатели китайских товаров.

Как пишет А.В.Виноградов, сейчас широко распространено мнение, согласно которому Китай оценивается как арена борьбы между кланами Рокфеллеров и Ротшильдов⁵³. С ними связан миф, в котором утверждается, что ревальвация юаня, т.е. повышение курса юаня к доллару, нужна для защиты рынка США⁵⁴, а также - чтобы привести к экономическому дисбалансу в мировом масштабе⁵⁵.

В целом, в сознании россиян экономика современного Китая крайне многообразна и противоречива, так же, как и высказываемые на этот счет мнения российских экспертов.

В качестве примера можно привести позицию заместителя главы администрации Хабаровского края А.Б.Левинтала, который утверждал, что если в некоторых отраслях, таких как сельское хозяйство и строительство, и стоит применять труд китайских рабочих по причине его дешевизны, интенсивности и качественности, то попыткам китайцев сесть в России необходимо всячески препятствовать⁵⁶.

Это мнение широко распространено, что подтверждают данные социологических опросов⁵⁷, согласно которым почти 80% россиян, проживающих на приграничных с Китаем территориях, покупают китайские товары и соглашаются с тем, чтобы китайцы торговали и работали на территории России. Однако в то же время респонденты выступают против разрешения китайцам открывать предприятия в РФ и протестуют против того, чтобы китайские мигранты на законных основаниях покупали или строили

жилье в нашей стране, а также получали землю в долгосрочную аренду.

Каждый четвертый опрошенный считает китайское присутствие вредным, каждый пятый страшится многочисленности китайцев, каждый шестой ставит им в вину низкое качество привозимых товаров, каждый седьмой уверен, что «они наживаются за наш счет», каждый десятый опасается конкуренции со стороны китайцев⁵⁸.

Социологические опросы также показывают, что мнения россиян о КНР в большинстве своем запутаны и противоречивы. Так, многие утверждают, что «в Китае построен социализм», или даже «коммунизм», и в то же время эта убежденность часто соседствует с мнением о том, что «в Китае процветает капитализм». Существует миф о том, что «Китай - отсталая страна», и он так же легко в сознании одних и тех же людей меняется на противоположное утверждение о том, что «Китай - это супердержава и скоро будет править миром»⁵⁹.

В целом, число китайских образов в сознании российского населения увеличивается, и они становятся всё более разнообразными. Китайская культура определенно влияет на жизнь народов, окружающих Китай. Однако взаимоотношения китайской и российской цивилизаций - сложные и, скорее всего, вряд ли изменятся - это длительный процесс. Во всяком случае, на данный момент рано говорить о смене ценностных ориентаций россиян в сторону Китая.

ИТАК, ПОДВЕДЕМ ИТОГИ

Сегодня, в период развития взаимовыгодных российско-китайских отношений, происходит трансформация образов Китая в сознании россиян.

От первичного восприятия Китая как страны, обладающей неограниченными возможностями, они переходят к конструированию образов на основе определённого багажа знаний, которые становятся более реалистичными. Среди них, - о чем шла речь в

этой статье, - выделяются «алармистские» и «прагматические» образы.

«Алармистские» направлены на противопоставление Китая и китайцев мировому и региональному сообществу. «Прагматическая» концепция распространяет образ Китая в качестве творца мировой культуры и мирового экономического лидера. «Алармистский» и «прагматический» образы воспринимаются не изолированно, а находятся в состоянии взаимодействия, приводя россиян, с одной стороны, к готовности к сотрудничеству с Китаем, и, с другой стороны, - к стремлению держать под контро-

лем миграционные потоки китайцев с целью недопущения укоренения их на российских территориях и вообще к ограничению деятельности граждан КНР в России.

Несмотря на невозможность осуществления прямого идеологического влияния на россиян со стороны Китая, россияне, тем не менее, продолжают оставаться в зоне интересов КНР. В этих условиях Китай прибегает в нашей стране к традиционным методам приобщения неких китайских народов к достижениям своей культуры, предлагая российской стороне и ее гражданам не только доступные товары, но также под-

держку и помощь в решении некоторых экономических вопросов. Эта стратегия ориентируется на инициативу, которую проявляют россияне, привлечённые возможностями, предлагаемыми китайской стороной.

Впрочем, необходимо иметь в виду и то, что традиционные культуртрегерские стратегии Китая основываются на интересах, рассчитанных на очень длительную перспективу. Поэтому в ближайшие десятилетия российская сторона может рассчитывать, что приграничное взаимодействие с КНР будет носить взаимно благоприятный и экономически взвешенный характер.

¹ Кружалина А.А. Образ Китая и китайского народа на страницах сибирской прессы в исторической ретроспективе // Россия и Китай: перспективы сотрудничества: материалы науч. конф. Благовещенск: Издательство БГПУ, 2012. С. 53-59.

² Ларин А.Г. Российско-китайские отношения и китайские мигранты в оценке россиян (продолжение) // Проблемы Дальнего Востока. 2008. № 6. С. 81-95. (Larin A.G. Rossiysko-kitayskie otnosheniya i kitaiskie migranty v otsenke rossiyan // Problemy Dalnego Vostoka. 2008. № 6) (in Russian)

³ Лукин А.В. Медведь наблюдает за драконом. Образ Китая в России в XVII-XXI веках. М., Восток-Запад: АСТ, 2007. (Lukin A.V. Medved nablyudaet za drakonom. Obraz Kitaya v Rossii v XVII-XXI vekakh. M., 2007) (in Russian)

⁴ Маслов А.А. Наблюдая за китайцами. Скрытые правила поведения. М., РИПОЛклассик, 2010. (Maslov A.A. Nablyudaya za kitaytsami. Skrytye pravila povedeniya. M., 2010) (in Russian)

⁵ Миндогулов В.В. Что думают жители Дальнего Востока о российско-китайских пограничных отношениях? // Социологические исследования, 1995. № 10. С. 115-117. (Mindogulov V.V. What do inhabitants of the Far East think about the Russian-Chinese border relations? // Sotsiologicheskie issledovaniya. 1995, № 10) (in Russian)

⁶ Головановская М.К. Ментальность в зеркале языка. Некоторые базовые мировоззренческие концепты французов и русских. М., Языки славянской культуры, 2009. С. 39. (Golovanivskaya M.K. Mentalnost v zerkale yazyka. M., 2009) (in Russian)

⁷ <http://articles.chita.ru/52553>

⁸ <http://evadia.nnov.org/tex-otdel/1430613.html>

⁹ <http://www.racds.ru/arhiv/statji/13/>

¹⁰ <http://evadia.nnov.org/tex-otdel/1430613.html>

¹¹ Стецкевич М. Мифы о «тоталитарных сектах» и «ваххабитах» в современной России: попытка анализа // Смыслы мифа: мифология в истории и культуре. СПб, Изд-во Санкт-Петербургского философского общества, 2001. Вып. № 8. (Stetskevich M. Myths about «totalitarian sects» and «Wahhabits» in modern Russia: an attempt of analysis // Smysly mifa: mifologiya v istorii i culture. SPb. 2001, № 8) (in Russian)

¹² <http://energoprostor.ru/5-mifov-o-kitayskikh-dizelnykh-generatorakh>

¹³ http://www.info-islam.ru/publ/interesno/10_mifov_o_kitae/8-1-0-12136

¹⁴ <http://magazeta.com/outside/mba-china/infografika-student/>

¹⁵ <http://moykitai.ru/pyat-mifov-o-kitae-i-kitaysah/>

¹⁶ <http://ibusiness.ru/blogs/10092>

¹⁷ http://www.travelnk.ru/article_mify_o_kitae.html

¹⁸ http://www.info-islam.ru/publ/interesno/10_mifov_o_kitae/8-1-0-12136

¹⁹ <http://respect2china.ru/novosti/mify-i-zabluzhdeniya-o-kitae>

²⁰ <http://www.zavtra.ru/cgi/veil/data/zavtra/10/871/21.html>

²¹ http://www.info-islam.ru/publ/interesno/10_mifov_o_kitae/8-1-0-12136

²² <http://energoprostor.ru/5-mifov-o-kitayskikh-dizelnykh-generatorakh>

²³ http://itcrumbs.ru/mifyi-i-realnost-o-kitae_11042

²⁴ <http://beri-dari.net/posts/160671>

²⁵ <http://newsbabr.com/?IDE=112196>

²⁶ <http://www.autopeople.ru/article/producer/12463.html>

²⁷ <http://energoprostor.ru/5-mifov-o-kitayskikh-dizelnykh-generatorakh>

²⁸ <http://articles.chita.ru/53902/>

²⁹ <http://articles.chita.ru/27830/>

³⁰ <http://news.chita.ru/40446/>

³¹ <http://articles.chita.ru/53902/>

³² Чудодеев Ю. Российско-китайское стратегическое партнерство на современном этапе - проблемы и перспективы // Азия и Африка сегодня. 2008. № 5. С. 48-53. (Chudodeev Yu. Russian-Chinese strategic partnership at the modern stage: problems and prospects // Aziya i Afrika segodnya. 2008, № 5) (in Russian)

³³ <http://taobao.alltrades.ru/about.htm>

³⁴ http://itcrumbs.ru/mifyi-i-realnost-o-kitae_11042

³⁵ <http://newsbabr.com/?IDE=112196>

³⁶ <http://energoprostor.ru/5-mifov-o-kitayskikh-dizelnykh-generatorakh>

³⁷ <http://taobao.alltrades.ru/about.htm>

³⁸ <http://beri-dari.net/posts/160671>

³⁹ <http://www.autopeople.ru/article/producer/12463.html>

⁴⁰ Там же.

⁴¹ <http://www.abirus.ru/content/564/623/625/11559.html>

⁴² <http://magic-style.jimdo.com>

⁴³ <http://zezyaa.livejournal.com/2614071.html>

⁴⁴ <http://russian.people.com.cn/31521/4803181.html>

⁴⁵ Там же.

⁴⁶ <http://visitchina.ru/blog/RealChinaTea/three-common-myths-aboutchinesetea/>

⁴⁷ Там же.

⁴⁸ <http://evadia.nnov.org/tex-otdel/1430613.html>

⁴⁹ <http://taobao.alltrades.ru/about.htm>

⁵⁰ <http://newsbabr.com/?IDE=112196>

⁵¹ <http://ibusiness.ru/blogs/10092>

⁵² <http://www.autopeople.ru/article/producer/12463.html>

⁵³ <http://newsbabr.com/?IDE=112196>

⁵⁴ http://ukrmonitor.ucoz.org/news/pjat_mifov_o_kitae/2010-04-07-2188

⁵⁵ http://www.info-islam.ru/publ/interesno/10_mifov_o_kitae/8-1-0-12136

⁵⁶ Кто и зачем будет жить на Дальнем Востоке России? // Ваш выбор. 1995, № 1. С. 19-22. (Who and what will live in the Far East of Russia? // Vash vybor. 1995, № 1) (in Russian)

⁵⁷ Миндогулов В.В. Указ. соч.

⁵⁸ Там же.

⁵⁹ http://www.info-islam.ru/publ/interesno/10_mifov_o_kitae/8-1-0-12136