

DOI: 10.31696/S086919080037658-0

ФОРМОЗСКИЙ МЕДВЕДЬ НА СТРАЖЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: «ДИПЛОМАТИЯ ЖИВОТНЫХ» ТАЙВАНЯ

© 2026

М.Г. НОВОСЕЛОВА ^a

^a – Российский университет дружбы народов
им. Патриса Лумумбы, Москва, Россия
ORCID: 0009-0009-2350-3501; maykanov@list.ru

Резюме: Статья посвящена ключевому направлению «дипломатии животных» Тайваня (пров. КНР) – продвижению образа формозского чёрного медведя, неофициального национального животного острова. В статье анализируются истоки восприятия медведя как символа острова. Раскрывается значение, которым образ медведя наделён в древнекитайской традиции и в культуре коренных народов Тайваня.

Автор освещает вопросы, связанные с использованием образа формозского чёрного медведя в сферах маркетинга, пропаганды и публичной дипломатии Тайбэя. Подробно освещаются кейсы, касающиеся известных тайваньских брендов OhBear, Hero и Bravo. Также анализируется роль формозского чёрного медведя в информационном дискурсе и во внешнеполитической деятельности Тайбэя. Особое внимание уделяется символике медведя в пропагандистской риторике, в т.ч. в политических карикатурах и интернет-мемах.

Для того чтобы более объективно оценить эффективность продвижения Тайбэем образа формозского чёрного медведя, был проведён количественный контент-анализ СМИ Тайваня, материкового Китая и США. Анализ продемонстрировал, что формозский чёрный медведь как символ острова Тайвань в основном укоренился в тайваньском информационном дискурсе, в то время как зарубежная аудитория в меньшей степени склонна ассоциировать Тайвань с этим животным.

Автор приходит к выводу о том, что образ формозского чёрного медведя весьма эффективно используется администрацией острова при работе с внутренней аудиторией (в т.ч. в сферах маркетинга и пропаганды). Формозский чёрный медведь воспринимается местной аудиторией как символ демократического режима Тайваня и особой национальной идентичности его жителей. В то же время соответствующий образ имеет ограниченное распространение в международном дискурсе. На данный момент последовательное продвижение Тайбэем образа формозского чёрного медведя не продемонстрировало такой эффективности, как «дипломатия панд» КНР. Впрочем, есть вероятность, что в будущем этот образ приобретёт большую популярность за рубежом и утвердится в роли символа острова Тайвань.

Ключевые слова: Тайвань (пров. КНР), КНР, формозский чёрный медведь, дипломатия животных, маркетинг, пропаганда

Для цитирования: Новоселова М.Г. Формозский медведь на страже национальной идентичности: «дипломатия животных» Тайваня. *Восток (Oriens)*. 2026. № 2. С. 211–222. DOI: 10.31696/S086919080037658-0

FORMOSAN BEAR GUARDING NATIONAL IDENTITY:
ANIMAL DIPLOMACY OF TAIWAN

© 2026

Maiia G. NOVOSELOVA ^a^a – RUDN University, Moscow, Russia

ORCID: 0009-0009-2350-3501; maykanov@list.ru

Abstract: *The article is focused on the key aspect of Taiwan's "animal diplomacy" – the international promotion of the image of Taiwan's unofficial national animal, the Formosan black bear. The article analyzes the origins of the bear's perception as a symbol of the island. It explores the significance of the bear in ancient Chinese tradition and the culture of Taiwan's indigenous peoples.*

The author examines the use of Formosan black bear's image in the spheres of marketing, propaganda and "animal diplomacy" of Taipei. Cases of well-known brands OhBear, Hero, and Bravo are covered. The role of the Formosan black bear within Taipei's information discourse and foreign policy activities is analyzed. Special attention is paid to Taiwanese propaganda, particularly political cartoons and Internet memes.

To assess the effectiveness of the Formosan black bear promotion, the author conducts a quantitative content analysis. The analysis demonstrates that the Formosan bear is primarily regarded as a symbol of Taiwan mainly within local media discourse, while international audience rarely associates Taiwan with this animal.

The author concludes that the image of the Formosan black bear is effectively used when engaging with domestic audience: it is perceived as a symbol of Taiwan's democratic regime and the distinctive national identity of its residents. However, this image has limited circulation in international media discourse. The promotion of this image has not demonstrated the same effectiveness as China's "panda diplomacy". In the future, the image might gain greater popularity abroad as a symbol of the island of Taiwan.

Keywords: Taiwan, China, Formosan black bear, animal diplomacy, marketing, propaganda

For citation: Novoselova M.G. Formosan Bear Guarding National Identity: Animal Diplomacy of Taiwan. *Vostok (Oriens)*. 2026. No. 2. Pp. 211–222. DOI: 10.31696/S086919080037658-0

«Дипломатия животных» – направление публичной дипломатии, в рамках которого местная фауна используется для реализации геополитической стратегии страны, продвижения позитивного зарубежного имиджа и повышения авторитета государства на международной арене [Hartig, 2013, p. 52] Основными формами «дипломатии животных» является преподнесение животных в качестве дара и продвижение образа животного-символа государства в международном дискурсе [Ковба, 2020, с. 126].

Согласно концепции немецкого политолога Ф. Хартига, чтобы ассоциироваться с конкретной страной, животное должно обладать ограниченным ареалом распространения, его внешность должна быть экзотической, привлекательной и запоминающейся [Hartig, 2013, p. 55]. Роль «дипломатов» зачастую играют национальные животные-символы государств. Животные-символы также широко используются для реализации задач внутренней пропаганды, в т.ч. для работы с общественным мнением внутри страны и стимулирования процесса формирования национальной идентичности.

В настоящей статье рассматривается кейс Тайваня, связанный с использованием образа животного-символа острова в сферах маркетинга, пропаганды и публичной дипломатии. Изучение этого вопроса представляет большой интерес в силу специфического юридического положения Тайваня на международной арене. Можно выдвинуть гипотезу о том, что администрация острова целенаправленно использует образ животного-эндемика для реализации задач внутренней и внешней пропаганды, таких как конструирование особой коллективной идентичности, продвижение нарратива об отличии Тайваня от материкового Китая, формирование желательного имиджа Тайваня в глазах мирового сообщества.

«Дипломатия животных» Тайваня практически не получает освещения в историографии. Большое значение для нашего исследования имеют труды, посвящённые теоретическим аспектам «дипломатии животных» (в т.ч. работы Д.М. Ковбы [Ковба, 2020] и Ф. Хартига [Hartig, 2013]). Особый интерес представляют работы об особенностях национальной идентичности тайваньцев (в т.ч. статьи российских востоковедов И.Е. Денисова и А.С. Каимовой [Каимова, Денисов, 2022], А.Д. Дикарева и А.В. Лукина [Дикарев, Лукин, 2021]). Необходимо отметить исследование канадского политолога Р. Верралла, в рамках которого был проведён подробный анализ символов, связанных с «движением подсолнухов» 2014 г. [Verrall, 2021]. В историографии проблемы отсутствуют комплексные исследования роли формозского чёрного медведя в «дипломатии животных» Тайваня, однако можно отметить несколько кейс-стади, иллюстрирующих использование соответствующего образа в сферах маркетинга и пропаганды (в т.ч. коллективные труды Л.Б. Ленил, С.С. Уильям и М. Вардиа [Lennial et al., 2025], а также Р. Райчика и Г. Пехоты [Rajczyk, Piechota, 2019] о бренде OhBear; работу Чун Ай-Тин о мультсериале Taiwan Bar [Chung, 2024]; статью Д. Лемус-Дельгадо о Универсиаде в Тайбэе [Lemus-Delgado, 2020]).

ЖИВОТНОЕ-СИМВОЛ ТАЙВАНЯ: ФОРМОЗСКИЙ ЧЕРНЫЙ МЕДВЕДЬ

В силу своего юридического статуса Тайвань не имеет официальных национальных животных, однако формозский чёрный медведь¹, толстоклювая лазоревая сорока и пёстрый фазан микадо выступают неофициальными символами острова. За формозским чёрным медведем (названным так по историческому наименованию Тайваня – Формоза) данный статус закрепился после 2001 г., когда по итогам всенародного голосования животное было выбрано самым репрезентативным символом дикой природы Тайваня [Professor Leads Task, 2009].

Формозский чёрный медведь в полной мере соответствует требованиям к животному-символу, сформулированным немецким востоковедом Ф. Хартигом: он является животным-эндемиком и обладает экзотической внешностью. Благодаря белой отметине на груди (в форме буквы «V») и удлинённой морде его изображения легко идентифицируются местной аудиторией. Внешность медведя соответствует концепции «миловидности» австрийского зоолога К. Лоренца [Hartig, 2013, p. 55]. Формозский медведь обычно изображается именно в миловидном образе – с большими глазами и округлой мордой.

При изучении роли формозского медведя в «дипломатии животных» Тайваня необходимо обратить внимание на те смысловые коннотации, которыми наделён образ медведя в культуре Китая.

¹ Формозский чёрный медведь (лат. *Ursus thibetanus formosanus*) – подвид гималайского медведя, эндемик Тайваня, с 1989 г. включен в список видов, находящихся под угрозой исчезновения. По оценкам, сегодня в дикой природе их обитает от 200 до 600 особей. Ареал распространения ограничен труднодоступными горными районами.

В древнекитайской мифологии это животное в первую очередь связано с культурными героями Гунем и Юем Великим, которые могли обращаться в медведей. Многие исследователи предполагают, что в Древнем Китае существовал тотемический культ медведя. В древнекитайской культурной традиции из-за своей привычки впадать в спячку и пробуждаться с приходом весны медведь рассматривался как символ гармонии человека и природы, олицетворение фенологического ритма вселенной [Ху Цзяньшэн, 2020, с. 35]. В образе медведя также воплощались такие понятия, как мужество, сила, храбрость и отвага.

Формозский чёрный медведь выступал священным животным коренных народов Тайваня – бунун и рукай. Аборигены относились к медведям с почтением, племена бунун рассматривали чёрного медведя как своего духовного предка. Коренные народы Тайваня верили, что убийство медведя могло принести несчастье, убивать медведей было разрешено лишь для проведения ритуалов [*Legends of Taiwan's Wilderness*, 2025].

Значение, придаваемое медведям в древнекитайской традиции и в культуре коренных народов Тайваня, объясняет, почему именно формозский чёрный медведь был выбран в качестве неофициального символа острова. Надо отметить, что образ медведя органично вписывается в пропагандистские нарративы Тайбэя и используется администрацией как символ силы, выносливости и стойкости острова в его противостоянии с КНР. Выбор медведя как неофициального символа Тайваня также создаёт возможности для продвижения нарратива о противостоянии Тайбэя и Пекина за счёт формирования дихотомии китайская панда – формозский медведь.

ОБРАЗ МЕДВЕДЯ В МАРКЕТИНГЕ ТАЙВАНЯ

Базовой стратегией маркетинга является использование конкретных образов для привлечения внимания целевой группы. Особой популярностью пользуется зооморфная символика: образы животных вызывают у аудитории глубокий эмоциональный отклик [Шкляр, Акамова, 2015]. Зооморфные образы обладают большим коммерческим и культурным потенциалом, они используются в печатной и медийной рекламе, становятся эмблемами брендов и торговыми марками [Храмова, 2012, с. 225].

Медведь в сфере маркетинга, как правило, выступает олицетворением силы и мудрости, защиты и надёжности, сохранения устойчивости в условиях внешней нестабильности [Шкляр, Акамова, 2015]. Подобное позиционирование представляется особенно важным в случае Тайваня в условиях нестабильной политической конъюнктуры в Тайваньском проливе.

Образ формозского медведя активно используется в маркетинге, в т.ч. в роли персонажей-талисманов различных организаций и городов. Одним из наиболее популярных маскотов является медведь Bravo – талисман Универсиады 2017 г. в Тайбэе. Во время Универсиады медведь был призван продвигать экологическую повестку острова, символизировать силу и смелость спортсменов, а также «неукротимый дух» Тайваня [Lemus-Delgado, 2020, p. 1105–1106].

Медведя Bravo изображали с характерным жестом – он демонстрировал пальцами знак «виктори» («V»), означающий победу и мир. Важным смыслом наделено название бренда: оно содержит отсылку к итальянскому выражению *bravo*². После окончания Универсиады внешность маскота изменилась: надпись «2017» на груди медведя заменила аббревиатура «ТРЕ» («Китайский Тайбэй» – название, под которым Тайвань принимает участие в международных спортивных соревнованиях).

² Иероглиф 赞 в китайской версии названия бренда Bravo (熊赞) также означает «похвалу».

Медведь Bravo стал талисманом города Тайбэй и начал использоваться в культурных мероприятиях города, в т.ч. на Тайбэйском марафоне и международном фестивале гонок на лодках-драконах в Тайбэе в 2017 г., на фестивале воздушных шаров 2021 г., на фестивалях фонарей в Тайбэе в 2023 и 2024 гг. Бренд активно используется в сфере туризма. На втором этаже здания мэрии Тайбэя был открыт офис бренда Bravo. На острове распространена сувенирная продукция с изображением Bravo. В 2018 г. в Тайбэе был запущен тематический автобус в стилистике Bravo.

На образе формозского медведя основан и маскот Него – «посол туризма» и талисман города Гаосюн. Образ медведя Него активно используется в культурных мероприятиях Гаосюна. На острове проводятся тематические мероприятия, посвящённые медведю Него, ежегодно широко празднуется день рождения бренда [Гаосюн сюн шэнжи, 2024]. В 2024 г. в Гаосюне на праздничных мероприятиях, приуроченных к Празднику середины осени, был запущен воздушный шар Него. Маркетинговая акция Него была проведена во время пробного запуска легкорельсового транспорта в Гаосюне [Гаосюн сюн цингуй, 2015].

Особую роль в сфере туристического маркетинга играет медведь OhBear, талисман Тайваньского бюро туризма. Его изображения встречаются в рекламе, оформлении общественного транспорта, на известных достопримечательностях Тайваня. Символика OhBear используется в мероприятиях и кампаниях, организуемых Тайваньским бюро туризма. В 2016 г. на юге Тайваня был запущен экскурсионный поезд OhBear Smile [Во сюн, 2016].

Формозские медведи выступают талисманами Тайваньской железной дороги, с ними выпускаются тематические промо-сувениры [Тай те, 2015]. Формозский чёрный медведь Yes – талисман ночного рынка Нинся в Тайбэе. Ростовые куклы медведей присутствуют на промо-акциях и привлекают внимание посетителей рынка.

Образ формозского чёрного медведя также служит вдохновением для различных частных компаний (как, например, Taiwanbar Studio). Медведь V Bear выступал животном-талисманом авиакомпании V Air (существовала в 2014–2016 гг.) и активно использовался в маркетинговых акциях компании (в т.ч. направленных на защиту формозских чёрных медведей) [ЧАО КЭЙ]. Компания выпускала различную брендированную продукцию с изображением медведя V Bear.

Эти примеры демонстрируют, что администрация Тайваня, правительственные ведомства и частные компании осознают потенциал образа формозского чёрного медведя и активно прибегают к его использованию для привлечения внимания целевых групп.

Отсутствие соответствующей статистики не позволяет объективно оценить эффективность данной маркетинговой стратегии. Впрочем, нельзя исключать, что активное продвижение в сфере туризма таких брендов, как Bravo, Него и OhBear, стало одним из факторов, способствующих росту турпотока на Тайвань до начала пандемии COVID-19 (в 2019 г. Тайвань посетили 11,8 млн туристов, что в 2 раза превысило показатель за 2010 г. (5,6 млн)) [Annual Report].

ЧЕРНЫЙ МЕДВЕДЬ В ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ ТАЙВАНЯ

Значение формозского медведя не ограничивается его ролью в маркетинге: он выступает важным инструментом публичной дипломатии Тайбэя. В связи с ограниченной сферой дипломатического признания Тайваня Тайбэй не преподносит формозских чёрных медведей в качестве даров иностранным государствам. Развитию этого направления «дипломатии животных» также препятствует то, что формозские медведи – вид, находящийся под угрозой исчезновения.

Тайбэй не только не преподносит медведей в качестве даров, но и в определённой степени препятствует развитию «дипломатии панд» КНР: Тайбэй на протяжении длительного времени (в 1980–1990-х гг.) отвергал предложения Пекина об отправке панд на остров. Инициатива была реализована лишь в XXI в.: в 2008 г. в зоопарк Тайбэя прибыли панды Туань Туань и Юань Юань. Это событие вызвало неоднозначную реакцию со стороны тайваньской общественности. Имена панд (означающие «воссоединение» – 團圓) вызвали негативную реакцию, т.к. продвигали нарратив об объединении Тайваня и КНР. В адрес администрации Тайваня звучала критика за уделение большого внимания пандам из материкового КНР в ущерб заботе о формозских чёрных медведях. СМИ подчёркивали, что содержание панд в зоопарке значительно превосходило условия содержания формозских медведей [Taipei swallowing, 2014].

Роль формозских медведей в публичной дипломатии Тайбэя определяется продвижением их образа в информационном дискурсе. Тайбэй активно продвигает за рубежом бренды Bravo, OhBear и Hero. Соответствующая символика появляется на международных мероприятиях. В 2019 г. воздушный шар OhBear представлял Тайбэй на фестивале воздушных шаров во Франции [Цзуй кэай, 2019], в 2022 г. воздушный шар Bravo был запущен на фестивале в Альбукерке, в 2025 г. медведь OhBear украшал тайваньский стенд на выставке NATAS Travel 2025 в Сингапуре [Tourism mascot, 2025].

Важную роль формозский чёрный медведь играет в двусторонних отношениях Тайваня с зарубежными странами. Так, во время пандемии коронавируса в 2020 г. тайваньская организация KeerTaiwanFree направляла американским политикам подарочные наборы с плюшевыми игрушками – формозскими чёрными медведями [Дуну гоцзя: ици, 2023]. В 2023 г. автомобили с дизайном OhBear появились на улицах Малайзии: промо-акция была призвана привлечь малайских туристов [Collaboration, 2023]. Бренд Hero поддерживает тесное сотрудничество с японским брендом Kumamon, талисманом префектуры Кумамото. Символика обоих брендов используется при организации обменов делегациями. В 2023 г. аккаунт Kumamon в Twitter поздравил медведя Hero с днём рождения [Сюнбэнь, 2023]. В 2024 г. Kumamon и Hero присутствовали на выставке в Hanshin Arena Shopping Plaza [Гаосюн гуаньгуан, 2024].

Образ чёрного медведя находит применение в рамках долгосрочной внешнеполитической стратегии Тайбэя, связанной с продвижением нарратива о независимости Тайваня от КНР. Он фигурирует на зарубежных мероприятиях, имеющих выраженный политический контекст. Так, символика Bravo использовалась при организации в 2017 г. торжественного приёма в Твин-Оукс – бывшей резиденции послов Тайваня в Вашингтоне [Сюн цзань]. В 2018 г. медведь Bravo присутствовал на проводившихся в Бостоне мероприятиях, посвящённых Празднику Двух Десяток.

Большой резонанс вызвал инцидент использования символики формозского медведя постоянным представителем США при ООН Келли Крафт. В 2021 г. Келли Крафт опубликовала фотографию с плюшевым формозским медведем, а затем принесла игрушку в Зал Генассамблеи ООН [Everington, 2021]. Представительство Тайваня в Нью-Йорке опубликовало фотографию медведя, «выглядывающего» из её сумки.

Эти примеры демонстрируют, что формозский чёрный медведь активно используется в рамках внешнеполитической деятельности Тайбэя и получает продвижение в информационном и политическом дискурсе.

ЧЕРНЫЙ МЕДВЕДЬ КАК ПРОПАГАНДИСТСКИЙ СИМВОЛ

Важная роль отведена образу формозского медведя в рамках внутренней пропаганды на Тайване. Наиболее выразительно это проявляется в карикатурах и интернет-мемах политической направленности, в которых медведь выступает олицетворением острова Тайвань.

К образу формозского чёрного медведя активно обращаются официальные представители Тайваня. В 2019 г., комментируя публикацию «белой книги» КНР, министр иностранных дел Тайваня Джозеф У опубликовал изображение медведя OhBear с комментарием: «... Свободолюбивый народ Тайваня не откажется от с трудом завоёванного демократического образа жизни... OhBear не принадлежит к семейству панд» [Ли Чжун, 2019]. В данном контексте медведь выступил олицетворением специфического «демократического образа жизни» Тайваня.

Образ формозского медведя используется не только в официальной партийной пропаганде: он давно полюбился и тайваньской общественности, в глазах которой выступает символом тайваньского национализма и демократического режима. Как отмечает канадский политолог Р. Верралл, формозский медведь был одним из популярных символов в рамках «движения подсолнухов» – социальных протестов 2014 г. [Verrall, 2021, p. 57]. Образ формозского медведя как воплощение острова Тайвань использовал карикатурист Чун Ян при создании книги «Страны-животные: моё имя», в которой освещается история Тайваня с XVI в. [Дуну гоцзя: во дэ]. Все фигурирующие в повествовании страны обозначены с помощью характерных животных.

Важная причина популярности чёрного медведя в пропагандистском дискурсе Тайваня – его яркий контраст с пандой, которая выступает одним из наиболее распространённых символов КНР [Verrall, 2021, p. 214]. В тайваньской пропаганде образ панды наделён отрицательными смысловыми коннотациями. Так, во время «движения подсолнухов» были популярны карикатуры с президентом Ма Инцзю (2008–2016 гг.) в костюме панды, отражавшие критику в адрес его пекинского курса.

Противопоставление панд и формозских чёрных медведей – один из ключевых нарративов в пропаганде Тайбэя. На политических карикатурах медведи и панды зачастую ругаются, спорят и дерутся, что отражает напряжённые отношения между Пекином и Тайбэем. Панды часто изображаются как представляющие угрозу или предпринимающие агрессивные действия (можно встретить изображения панд, «поедающих» остров Тайвань или надвигающихся на остров на танках), а формозские медведи, как правило, фигурируют в роли обороняющейся стороны [Verrall, 2021, p. 201–216].

Образ формозского медведя обычно сопровождается другими символами Тайваня (изображениями острова и флага) [Verrall, 2021, p. 216]. Часто встречаются изображения формозских медведей, носящих флаг Тайваня как плащ или укрытых им как одеялом. В подобных случаях изображение формозского медведя призвано дистанцировать флаг от ассоциаций с партией Гоминьдан, чтобы он воспринимался как специфически тайваньский символ [Verrall, 2021, p. 125].

Далеко не всегда в пропагандистском контенте формозские медведи изображаются как пассивные жертвы агрессии со стороны панд. Часто они активно обороняются, применяя силу, чтобы дать отпор внешней угрозе. Так, в Интернете получили распространение карикатуры с изображением формозского чёрного медведя, который замахивается на панду стулом [Cole, 2016].

Большой общественный резонанс вызвала работа тайваньского карикатуриста Чжуан Синьтана, на которой формозские чёрные медведи были изображены в качестве батраков, прислуживающих белым медведям, бурым медведям и пандам [Ad Showing, 2020]. Представитель городского совета Тайбэя заявила, что изображение формозских чёрных медведей в подобной роли является унижительным для Тайваня.

Противопоставление панд и формозских медведей является популярным сюжетом карикатур экологической направленности, в которых «разоблачается» повышенное внимание мирового сообщества к охране панд в ущерб заботе о формозских медведях. На одной из

подобных карикатур чёрная медведица красит медвежонка белой краской «под панду», сетуя на то, что они родились в неподходящем месте [*Pandas*, 2014].

Другим популярным сюжетом является противостояние формозского медведя и Винни-Пуха, который в тайваньской пропаганде символизирует материковый Китай. В 2019 г., когда Тайвань не допустили к участию в работе Всемирной ассамблеи здравоохранения, представительство Тайваня в Мюнхене опубликовало карикатуру, на которой изображено, как Винни-Пух издевается над формозским чёрным медведем у здания ВОЗ [*“Pooh” Post*, 2019]. На этой карикатуре формозский чёрный медведь фигурирует в роли жертвы агрессии со стороны Винни-Пуха.

Схожий нарратив прослеживается в карикатуре от 2019 г., на которой изображена президент Цай Инвэнь (2016–2024 гг.), защищающая чёрного медведя перед лицом Винни-Пуха [*Сяо ин*, 2019]. Данная карикатура была опубликована после того, как Цай Инвэнь выступила с критикой в адрес Пекина после выступления Си Цзиньпина на мероприятии, посвящённом 40-летию обнародования «Обращения к тайваньским соотечественникам». Карикатура основана на противопоставлении агрессора-КНР в лице Винни-Пуха и жертвы – формозского медведя, символизирующего Тайвань.

Далеко не всегда формозский медведь изображается в образе жертвы Винни-Пуха. Так, в 2023 г. большую популярность на острове получили нашивки тайваньских ВВС с изображением формозского медведя, бьющего Винни-Пуха по морде [Wu, Tian, 2023]. Схожая риторика прослеживается и в карикатуре, которую опубликовал тайваньский политический аналитик Майкл Тертон, комментируя победу кандидата от Демократической прогрессивной партии (ДПП) Лая Циндэ на выборах президента 2024 г. На карикатуре изображён свирепый формозский медведь, стоящий над повергнутым Винни-Пухом на фоне развевающихся флагов Тайваня [*Meme of the Day*, 2024].

Как мы видим, формозский медведь выступает важным образом в местном медиапространстве. В пропагандистском дискурсе формозский чёрный медведь фигурирует в двух ипостасях: представляя свой биологический вид в материалах экологической тематики и символизируя Тайвань в контенте политической направленности.

Популяризация на острове образа формозского чёрного медведя и акцент на его противопоставлении китайской панде и Винни-Пуху ярко иллюстрирует процесс формирования особой национальной идентичности тайваньцев, все менее ассоциирующих себя с жителями материкового Китая (с 1992 по 2023 г. доля жителей острова, позиционирующих себя не как «китайцев», а как «тайваньцев», выросла с 17,6% до 62,8%) [Харичков, 2024, с. 115].

ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗА ЧЕРНОГО МЕДВЕДЯ: АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Несмотря на активное продвижение образа формозского чёрного медведя в сферах маркетинга, публичной дипломатии и пропаганды, этот символ в основном укоренился в тайваньском информационном дискурсе, в то время как зарубежная аудитория в меньшей степени склонна ассоциировать Тайвань с этим животным.

Об этом свидетельствует ограниченное освещение, которое соответствующая проблематика получает в зарубежных СМИ. Анализ контента СМИ через базу данных Factiva демонстрирует, что формозский чёрный медведь в основном фигурирует в материалах тайваньских медиа (4981 упоминаний на китайском языке за период с 2010 по 2025 г.), значительно реже – в материалах СМИ КНР (168 упоминаний на китайском языке). В англоязычном массиве за соответствующий период представлено ещё меньше материалов: 33 упоминания в СМИ США, 23 – в европейских СМИ. Примечательно, что в американских СМИ не наблюдается роста заинтересованности к образу формозского чёрного медведя:

на протяжении последних 10 лет количество ежегодных упоминаний о животном в СМИ США варьируется в пределах 3–4 шт.

Несколько иная ситуация наблюдается в соцсетях. Так, из года в год увеличивается количество постов о формозских чёрных медведях на платформе Facebook (на английском и китайском (упрощённом и традиционном) языках): за неполный 2025 г. в совокупности было опубликовано 47 постов о медведях, в то время как в 2020 г. – лишь 28, в 2015 г. – 15, в 2010 г. – 7. Однако в целом количество упоминаний животного остаётся весьма ограниченным, варьируясь в пределах 20 постов в год (на каждом из языков). Примечательно, что существенно больше публикаций о формозском чёрном медведе встречается в соцсети Weibo, ориентированной на китаеязычную аудиторию (только на упрощённом китайском языке в 2024 г. было опубликовано 42 поста, в 2023 г. – 27).

Приведённая статистика демонстрирует, что сегодня наибольшую роль формозский чёрный медведь играет в китаеязычном информационном пространстве. Несмотря на постепенный рост внимания к этому образу со стороны международной аудитории, на данный момент нет возможности говорить о широкой известности животного-символа Тайваня за рубежом.

ВЫВОДЫ

Можно сделать вывод о том, что образ формозского чёрного медведя прочно укоренился в современной культуре Тайваня. Этот символ эффективно используется при работе с внутренней аудиторией (в т.ч. в сферах маркетинга и пропаганды). Жители Тайваня демонстрируют рост интереса к соответствующей проблематике (в т.ч. в СМИ и соцсетях). В связи с этим можно говорить о том, что формозский чёрный медведь используется тайваньцами для самоидентификации, а следовательно, животное уже стало частью «национального мифа» Тайваня.

Несмотря на большой потенциал, которым обладает образ формозского чёрного медведя, его символ имеет ограниченное распространение в международном информационном дискурсе. Несмотря на развитие собственной стратегии «дипломатии животных», Тайбэй к настоящему моменту не смог повторить успех «дипломатии панд» Пекина. В случае если Тайбэй продолжит работу над продвижением образа формозского чёрного медведя за рубежом, это животное может утвердиться в роли неофициального символа острова Тайвань.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Во сюн цань луй сюн туй гуаньгуан, OhBear вэйсяо гуань гуан ле цзюй шоу хан (喔熊餐旅熊推觀光, OhBear 微笑觀光列車首航; Ресторан и туристическое агентство OhBear, экскурсионный поезд OhBear Smile совершает свой первый рейс). *MOOK*. 30.08.2016 [O xiong can lv xiong tui guanguang, OhBear weixiao guanguang lieche shou hang (OhBear Restaurant and Travel, OhBear Smile Sightseeing Train Makes its First Voyage). *MOOK*. 30.08.2016 (in Chinese)]. <https://www.mook.com.tw/article/13907/page/2/> (accessed: 12.11.2025).

Гаосюн гуаньгуан даши гаосюн сюн юй жибэнь сюнбэнь сюн сян цзянь (高雄觀光大使高雄熊與日本熊本熊相見; Посол туризма города Гаосюн, медведь, встретился с японским Кумамоном). *J News*. 11.02.2024 [Gaoxiong guanguang dashi gaoxiong xiong yu riben xiongben xiong xiang jian (Kaohsiung Tourism Ambassador Kaohsiung Bear Meets with Japan's Kumamon). *J News*. 11.02.2024 (in Chinese)]. <https://focusnews.com.tw/2024/02/564981/> (accessed: 12.12.2025).

Гаосюн сюн цингуэй чжуаньчэ, сяопэню дэ тяньтан (高雄熊輕軌專車, 小朋友的天堂; Baron трамвая с медведем в Гаосюне – рай для детей). *A-Jay*. 28.10.2015 [Gaoxiong xiong qinggui zhuanche,

xiaopengyou de tiantang (Kaohsiung Bear Light Rail Special Car: A Paradise for Kids). *A-Jay*. 28.10.2015 (in Chinese)]. <https://ajay.com.tw/khbearsrlt/> (accessed: 16.12.2025).

Гаосюн сюн шэнжи пайдуй туй чжоубянь шанпинь (高雄熊生日派對推周邊商品; На мероприятии по случаю дня рождения Кумамона в Гаосюне состоялась презентация товаров). *CNA*. 19.05.2024 [Gaoxiong xiong shengri paidui tui zhoubian shangpin (Kaohsiung Kumamon's Birthday Party Launches Merchandise). *CNA*. 19.05.2024 (in Chinese)]. <https://www.cna.com.tw/news/alog/202405190108.aspx> (accessed: 16.12.2025).

Дикарев А.Д., Лукин А.В. «Тайваньская нация»: от мифа к реальности? *Сравнительная политика*. 2021. Т. 12. № 1. С. 118–133 [Dikarev A.D., Lukin A.V. “Taiwan Nation”: from Myth to Reality? *Comparative Politics Russia*. 2021. Vol. 12. No. 1. Pp. 118–133 (in Russian)].

Дуну гоцзя: во дэ минцзы (動物國家: 我的名字; Страны-животные: мое имя) [Dongwu guojia: Wo de mingzi (Animal Kingdom: My Name) (in Chinese)] https://www.books.com.tw/products/0010980622?srltid=AfmBOoqa2HuAG6oYEMiABJV48M2meQnF_1P-qZUjtFXMP43LMlaBntZA (accessed: 25.01.2026).

Дуну гоцзя: ици Keep Taiwan Free (動物國家一起: Keep Taiwan Free; Царство животных: вместе сохраним Тайвань свободным). 04.03.2023 [Dongwu guojia: yiqi Keep Taiwan Free (Animal Kingdom: Keep Taiwan Free Together). 04.03.2023 (in Chinese)]. <https://home.gamer.com.tw/artwork.php?sn=5671464> (accessed: 12.11.2025).

Каимова А.С., Денисов И.Е. Статус Тайваня и эволюция тайваньской идентичности. *Сравнительная политика*. 2022. № 1–2. С. 116–138 [Kaimova A.S., Denisov I.E. Status of Taiwan and the Evolution of Taiwanese Identity. *Comparative Politics*. 2022. No. 1–2. Pp. 116–138 (in Russian)].

Ковба Д.М. «Animal diplomacy» как направление полимодальной дипломатии. *Дискурс-Пи*. 2020. № 3. С. 122–139. [Kovba D.M. “Animal Diplomacy” as a Direction of Multimodal Diplomacy. *Discourse-P*. 2020. No. 3. Pp. 122–139 (in Russian)].

Пи чжун вэйсе хэпин. У Чжаосе: тайвань жэнь бу хуэй фанци миньчжу шэнхо (批中威脅和平. 吳釗燮: 台灣人不會放棄民主生活; Критика Китая за угрозу миру. У Чао-сие: Тайваньский народ не откажется от своей демократической жизни). *CNA*. 25.07.2019 [Pi zhong weixie heping. Wu Zhaoxie: Taiwan ren bu hui fangqi minzhu shenghuo (Criticism of China for Threatening Peace. Wu Chao-hsieh: Taiwanese People will not Give up their Democratic Life). *CNA*. 25.07.2019 (in Chinese)]. <https://www.cna.com.tw/news/aip/201907250133.aspx> (accessed: 23.11.2025).

Сюнбэнь сюнсюэян чжуфу гаосюн сюн шэнжи куайлэ (熊熊熊越洋祝福高雄熊生日快樂; Кумамон отправил медведю из Гаосюна поздравления с днем рождения из-за границы). *LTN*. 2023 [Xiongben xiongyueyang zhufu gaoxiong xiong shengri kuaile (Kumamon Sends Birthday Wishes to Kaohsiung Bear from Overseas). *LTN*. 2023 (in Chinese)]. <https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/4308951> (accessed: 19.12.2025).

Сюн цзань чуцинъ гоцзи жэньу, бянь шэнь даши дэнчан гоцин цзюхуэй (熊讚出動國際任務, 變身大使登場國慶酒會; Медведь Bravo участвует в международных мероприятиях, выступает послом на приеме по случаю национального праздника). *Department of Information and Tourism* [Xiong zan chuqin guoji renwu, bian shen dashi dengchang guoqing jiuhui (Bravo Bear Takes on International Missions, Transforming into an Ambassador for the National Day Reception). *Department of Information and Tourism* (in Chinese)]. https://www.tpeidoit.gov.taipei/News_Content.aspx?n=603755835E928BED&sms=72544237B-BE4C5F6&s=EBC2E93B27EED2EE (accessed: 29.12.2025).

Сяо ин цянъ шоушан хэйсюн сян вэйни шо NO мэнфанъ ваню (小英牽受傷黑熊向維尼說 NO 萌翻網友; Инь встала на защиту раненого черного медведя и сказала «НЕТ» Винни-Пуху, поразив пользователей сети). *Newtalk*. 04.01.2019 [Xiao ying qian shoushang heixiong xiang weini shuo NO meng fan wangyou (Ying, Protecting an Injured Black Bear, Said “NO” to Winnie the Pooh, Amuses Netizens). *Newtalk*. 04.01.2019 (in Chinese)]. <https://newtalk.tw/news/view/2019-01-04/189677> (accessed: 21.10.2025).

Тай те синь цзисяну Телу, Ханьна цзян лянсян (台鐵新吉祥物鐵魯、漢娜將亮相; Представлены новые талисманы Тайваньской железной дороги – Тиелу и Ханна). *ETtoday*. 06.06.2015 [Tai tie xin jixiang wu tielu, hanna jiang liangxiang (Taiwan Railways' New Mascots, Tielu and Hannah, have been Unveiled). *ETtoday*. 06.06.2015 (in Chinese)]. <https://travel.ettoday.net/article/517277.htm> (accessed: 10.11.2025).

Харичков В.В. Эволюция отношений США и Тайваня: история и современность. *Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право*. 2024. Т. 26. № 2. С. 107–127 [Kharichkov V.V. Evolution of U.S. – Taiwan Relations: History and Contemporary Context. *Pacific Rim: Economics, Politics, Law*. 2024. Vol. 26. No. 2. Pp. 107–127 (in Russian)].

Храмова М.Н. Зверь как бренд. Зооморфные образы в сфере рекламы. *Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина*. 2012. № 4. С. 224–231 [Khramova M.N. The Beast as a Brand. Zoomorphic Images in Advertising. *Pushkin Leningrad State University Journal*. 2012. No. 4. Pp. 224–231 (in Russian)].

Ху Цзяньшэн (胡建升). Шэнь сюн исян юй чжунхуа вэньмин таньюань (神熊意象与中华文明探源; Образ божества-медведя и истоки китайской цивилизации). *Чжунюань вэньхуа яньцзю* (中原文化研究). 2020. № 2. С. 34–39 [Hu Jiansheng. Shen xiong yixiang yu zhonghua wenming tan yuan; The Image of the Divine Bear and the Origin of Chinese Civilization). *Zhongyuan wenhua yanjiu (The Central Plains Culture Research)*. 2020. No. 2. Pp. 34–39 (in Chinese)].

Цзуй кэай гуаньгуан даши тайвань во сюн жэ цицю фаго шэн кун (最可爱观光大使台湾喔熊热气球法国升空; Самый милый туристический посол Тайваня, воздушный шар OhBear, взлетает во Франции). *The Epoch Times*. 01.08.2019 [Zui ke'ai guanguang dashi taiwan o xiong re qiqiu faguo sheng kong (Taiwan's Cutest Tourism Ambassador, the Oh Bear Hot Air Balloon, Takes off in France). *The Epoch Times*. 01.08.2019 (in Chinese)]. <https://www.epochtimes.com/gb/19/8/1/n11423258.htm> (accessed: 28.10.2025).

Чэо кэай вэй сюн лянсян V Air вэй хан туй чэо мэн чжо ли (超可愛威熊亮相 V Air 威航推超萌桌曆; Дебют очаровательного медвежонка: V Air выпускает милый настольный календарь). *Yahoo*. 26.11.2015. [Chao ke'ai wei xiong liangxiang V Air wei hang tui chao meng zhuo li (Adorable Bear Makes its Debut: V Air Launches Cute Desk Calendar). *Yahoo*. 26.11.2015 (in Chinese)]. <https://tw.news.yahoo.com/超限量-超可愛威熊亮相-v-air 威航推超萌桌曆-090217198.html> (accessed: 12.10.2025).

Шкляр Т.Л., Акаимова А.В. Две стороны одной медали. Символ – животные и птицы. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2015. № 2. С. 38–46 [Shklyar T.L., Akaemova A.V. Two Sides of the Same Coin. The Animals and Birds as the Symbols. *Journal of Marketing in Russia and Abroad*. 2015. No. 2. Pp. 38–46 (in Russian)].

Ad Showing Formosan Black Bears Slaving for Pandas Angers Taiwan Politician. *Taiwan News*. 26.09.2020. <https://www.taiwannews.com.tw/news/4017680> (accessed: 20.10.2025).

Annual Report. *Tourism Administration*. <https://admin.taiwan.net.tw/english/info/IssuePage?a=18017> (accessed: 20.10.2025).

Chung A.-T. Media Mix and Taiwan Bar: Taiwan for Sale to Selling Taiwan. *Mechademia*. 2024. Vol. 16. No. 2. Pp. 145–162.

Cole J. M. A Bear and a Complex Character: New Symbols of Taiwanese Patriotism? *TNL*. 28.07.2016. <https://international.thenewslens.com/article/45288> (accessed: 24.10.2025).

Collaboration with Malaysian Creative Master to Create 200 Taiwan OhBear Cars Promoting Taiwan's Popular Travel Themes. *Taipei Economic and Cultural Office in Malaysia*. 08.11.2023. https://www.taiwanembassy.org/my_en/post/9694.html (accessed: 20.09.2025).

Everington K. US Ambassador Takes Taiwan Black Bear to UN. *Taiwan News*. 15.01.2021. <https://taiwannews.com.tw/news/4103208> (accessed: 29.10.2025).

Hartig F. Panda Diplomacy: The Cutest Part of China's Public Diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy*. 2013. No. 8. Pp. 49–78.

Legends of Taiwan's Wilderness: The Formosan Black Bear and Clouded Leopard. *Justaiwantour*. 2025. <https://www.justaiwantour.com/formosan-black-bear-clouded-leopard/> (accessed: 25.09.2025).

Lemus-Delgado D. International Sports Events and National Identity: the Opening Ceremony of the Taipei Universiade. *Sport in Society*. 2020. No. 24. Pp. 1093–1109.

Lennial L.B., Willyam S.C., Wardaya M. Unleashing Charisma: the Impact of Bing Dwen Dwen on National Identity and Tourism in China. *Visual Communication Design Journal*. 2025. Vol. 10. No. 1. Pp. 194–212.

Meme of the Day: Taiwan Presidential Contest Sees Formosan Black Bear Victory. *Taiwan News*. 13.01.2024. <https://www.taiwannews.com.tw/news/5077684> (accessed: 17.10.2025).

Pandas Steal Spotlight from Taiwan's Endangered Formosan Bears. *GlobalVoices*. 30.03.2014. <https://globalvoices.org/2014/03/30/taiwan-promotes-formosan-black-bear-conservation/> (accessed: 30.09.2025).

"Pooh" Post Spotlights Taiwan's Exclusion from WHA. *Taipei Times*. 12.05.2019. <https://www.taipeitimes.com/News/taiwan/archives/2019/05/12/2003715005> (accessed: 20.09.2025).

Professor Leads Task to Protect Formosan Black Bears. *Taipei Times*. 09.05.2009. <https://www.taipeitimes.com/News/taiwan/archives/2009/05/09/2003443125> (accessed: 25.09.2025).

Rajczyk R., Piechota G. Public Diplomacy as Taiwanese Diplomacy's Essential Tool. *Athenaeum Polskie Studia Politologiczne*. 2019. Vol. 64. Pp. 232–249.

Taipei Swallowing Panda Propaganda. *Taipei Times*. 05.01.2014. <https://www.taipeitimes.com/News/editorials/archives/2014/01/05/2003580539> (accessed: 17.08.2025).

Tourism Mascot. *Focus Taiwan*. 28.02.2025. <https://focustaiwan.tw/photos/20250228ENP0002m> (accessed: 17.08.2025).

Verrall R.D. *The Visual Politics of Taiwanese Nationalism: Contested National Identities in the Imagery of the Sunflower Movement*. Toronto: York University, 2021.

Wu S., Tian Y.-L. A Punch in the Face for Xi Caricature: Taiwan Air Force Badge Goes Viral. *Reuters*. 10.04.2023. <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/punch-face-xi-caricature-taiwan-air-force-badge-goes-viral-2023-04-10/> (accessed: 12.10.2025).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

НОВОСЕЛОВА Майя Георгиевна – аспирант,
ассистент Кафедры востоковедения
и африканистики РУДН, Российский
университет дружбы народов им. Патриса
Лумумбы, Москва, Россия.

Maiia G. NOVOSELOVA, Postgraduate Student,
Assistant, Department of Oriental and African
Studies, RUDN University, Moscow, Russia.