

УДК 316.334

Венидиктов С. В.

канд. філол. наук, доц., начальник кафедри соціально-гуманітарних дисциплін, Могильовський інститут Міністерства внутрішніх справ Республіки Білорусь, м. Могильов, Республіка Білорусь

## МЕДІЙНИЙ ПРОСТІР КИТАЮ: ВІД НАЦІОНАЛЬНОЇ КОНСОЛІДАЦІЇ — ДО М'ЯКОЇ СИЛИ

*Розглядаються тенденції розвитку медіасфери Китаю в контексті політики «м'якої сили». Встановлюється вплив медіа КНР на процеси національної консолідації та посилення позицій у світовому економічному просторі. Порушується проблема суверенітету у формуванні зовнішнього іміджу КНР, забезпеченні довіри міжнародної громадськості і лояльності внутрішньої аудиторії. Матеріали дослідження необхідно розглядати в контексті комунікативних завдань, що вирішуються сучасними інтеграційними формуваннями у процесі соціально-політичної взаємодії.*

*Мета дослідження — виявити тенденції розвитку медіасфери Китаю в контексті політики «м'якої сили» і впливу медіа на процеси національної консолідації. Акцентовано, що, аналізуючи інформаційний простір Китаю, необхідно враховувати його відносну закритість і високий ступінь контролю з боку держави. Правляча партія використовує медіа для тиражування ідей «гармонійного суспільства», формування в аудиторії переконаності в правильності політичного й економічного курсу як гарантії вирішення соціальних проблем (стан медичного обслуговування, зростання цін на нерухомість, корупція, розрив у доходах, зайнятість, екологія, громадська безпека тощо).*

*Констатується, що «цифровий розкол» між Заходом і рештою світу, про який заговорили на межі ХХ–ХХІ ст., до нинішнього моменту виявився багато в чому подоланим. Зняття проблеми технологічного та комунікаційного відставання дозволило звернутися до питань побудови нової інформаційної інфраструктури взаємодії в макрорегіоні і зростання ролі Китаю в комунікативному процесі. Досвід КНР у формуванні сприятливого зовнішнього іміджу і внутрішньої консолідації може виявитися корисним в контексті завдань, що вирішуються інтеграційними формуваннями. Адекватно сформований, стійкий, зрозумілий громадськості образ інтеграційного формування може стати вагомим фактором успішності його функціонування.*

*Ключові слова:* Китай, медіасфера, м'яка сила, інформаційний простір, зовнішній імідж.

Venidictov S. V.

*PhD of Philology, Associate Professor at the Department of Social and Humanitarian disciplines Mogilev Institute of the Ministry of Internal Affairs, Mogilev, Republic of Belarus*

## CHINA MEDIA SPACE: FROM NATIONAL CONSOLIDATION TO SOFT POWER

*Trends in the development of Chinese media sphere in the context of soft power policy are discussed. The influence of Chinese media on the processes of national consolidation and strengthening China's positions in the world economic space is established. The problem of sovereignty in forming the external image of China, securing the confidence of the international community and the loyalty of the internal audience is raised. Research materials should be considered in the context of communicative problems that are solved by modern integration formations in the process of socio-political interaction.*

*The purpose of the study is to identify trends in Chinese media sphere in the context of soft power policies and the impact of the media on national consolidation processes. It is emphasized that when analyzing the information space of China, it is necessary to take into account its relative closeness and high degree of control by the state. The ruling party uses the media to replicate the ideas of a "harmonious society", to formulate in the audience the conviction of the correctness of the political and economic course as a guarantee of solving social problems (health care, rising real estate prices, corruption, income gap, employment, ecology, public safety, etc.).*

*It is stated that the "digital gap" between the West and the rest of the world, which was talked about at the turn of the XX–XXI centuries, has been mainly overcome. Removing the problem of technological and communication backlogs allowed us to address the issues of building a new information infrastructure for interaction in the macro region and the growing role of China in the communication process. The experience of China in shaping a favorable external image and internal consolidation may be useful in the context of the tasks addressed by the integration communities. A properly formed, sustainable, publicly understandable image of integration community can become a significant factor in the success of its functioning.*

*Keywords:* China, media sphere, soft power, information space, external image.

**Постановка проблеми.** Актуальні тенденції медійного розвитку Азії дозволяють переглянути докази в дискусії про встановлення нового світового інформаційно-комунікаційного порядку, де домінують західноєвропейські та американські компанії. Колишній поділ сфер

інформаційного впливу за осями «Північ-Південь» і «Захід-Схід» з очевидним відставанням азіатського вектора більше не виглядає безапеляційним. Зі зміщенням світового економічного центру в бік Азії почався і процес глобального перерозподілу інформаційних потоків. Це допомогло вивести на світовий порядок денний питання і проблеми Азіатського регіону, які раніше замовчувалися або подавалися спотворено в медіапросторі. Процеси економічного розвитку держав Азії, зокрема Китаю, закономірно вимагають адекватного медійного супроводу, створення комунікаційної основи для співробітництва, в тому числі на первинному цивільному рівні.

**Мета дослідження** — виявити тенденції розвитку медіасфери Китаю в контексті політики «м'якої сили» і впливу медіа на процеси національної консолідації.

**Виклад матеріалу дослідження.** Інформаційну політику Китаю варто розглядати як елемент політики «м'якої сили», спрямованої на посилення позицій Пекіна в субрегіональному і світовому економічному просторі. Висунута в 2013 р. «Ініціатива Пояси і Шляхи» (Belt and Road Initiative) має в основі ідею необхідності зміцнення фізичних і духовних зв'язків (що передбачає формування нової комунікативної єдності громадян різних держав) як у середині Азії, так і в глобальному вимірі. Ця ініціатива є безпрецедентною з точки зору змісту і цілей, масштабу, охоплюючи 65 країн, на які припадає 55 % світового ВВП, 70 % населення Землі і 75 % відомих запасів енергетичних ресурсів [1, с. 5–6].

Одночасно з визнанням безпрецедентним за масштабністю і амбіційністю «китайського плану Маршала» щодо Економічного поясу Шовкового шляху нерідко звучать і скептичні зауваження (що, втім, закономірно для початкового етапу реалізації інтеграційної ініціативи).

Окремі експерти декларують ідею «офіційного і спільного висунення» Росією і Китаєм концепції партнерства або спільноти Великої Євразії як загального поля «економічного, логістичного, інформаційного співробітництва, миру і безпеки від Шанхаю до Лісабона і від Делі до Мурманська» [2, с. 13]. Географічно новий проект може охоплювати держави Шанхайської Організації Співпраці (ШОС), Євразійського Економічного Союзу (ЄАЕС), Асоціацію держав Південно-Східної Азії (АСЕАН) і низку інших. Розвиток співробітництва з Росією, Казахстаном, Монголією, Киргизстаном, Узбекистаном, Туркменістаном, Іраном та іншими державами вимагає адекватного медійного супроводу, посилення позицій Китаю в публічному просторі, формування іміджу

держави — лідера інтеграційних процесів і економічних інновацій. Усе це зумовлює особливу роль китайських медіа як фактора національної консолідації та інструменту зовнішнього впливу.

Зростання геополітичного впливу Китаю відбувається паралельно з формуванням позитивного образу КНР у свідомості як внутрішньої, так і зовнішньої аудиторії. Стрімке зростання ВВП, частки у світовій торгівлі, збільшення золотовалютних резервів — усе це приводить до збільшення політичного впливу Китаю. З урахуванням того факту, що політична комунікація в сучасному медіапросторі стає елементом (і багато в чому — замінюється) медійної комунікації, можна вести мову про зростання політичного значення діяльності медіа КНР як суб'єктів іміджевої політики: «Позитивний імідж здатний допомогти КНР знизити витрати при вирішенні міжнародних конфліктів і вселити оптимізм діловим партнерам. Негативний імідж, навпаки, ускладнює вирішення конфліктів і гальмує економічний розвиток» [3, с. 27]. Будучи державою, зверненою на вирішення внутрішніх завдань, зміцнення економічного суверенітету та набуття політичного впливу в глобальному просторі, на межі XX–XXI ст., Китай зіткнувся з проблемою втрати суверенітету у формуванні свого зовнішнього іміджу, забезпечення довіри міжнародної громадськості. Як наслідок, в оцінках Китаю і його економічної політики зовнішні реципієнти нерідко виявляють недовіру й підозрілість [4].

Дослідження 2018 р. виявили суперечності в «глобальному» сприйнятті Китаю. Так, проведене Pew Research Center в 25 країнах світу опитування показало, що 45 % респондентів ставляться до КНР позитивно (переважно держави Африки, Близького Сходу та інших регіонів Азії), 43 % висловлюють негативне ставлення. При цьому 70 % опитаних стверджують, що вплив держави на світову політику за останні 10 років значно зріс (але лише 19 % визнали цей вплив позитивним). Нарешті, 66 % респондентів дотримуються переконання, що влада Китаю не визнає індивідуальних прав і свобод своїх громадян, у тому числі права на отримання об'єктивної і повної інформації через медіа [5].

Суперечності сприйняття Китаю світовою громадськістю є одним з об'єктивних наслідків реалізації «Пекінського консенсусу» [6], в основі якого — прагнення до модернізації та інновацій, соціально орієнтована економіка, опора на національний суверенітет і економічне зростання, а також «інструменти асиметричної сили». Асиметрична сила означає також брак зацікавленості в дотриманні в державній

політиці традиційної ціннісної матриці західного зразка. У цьому випадку невідповідність між об'єктивним визнанням світовою громадськістю зростання економічної потужності Китаю і неготовністю сприймати КНР як нового центру сили може бути подолано лише за допомогою грамотної інформаційно-комунікативної політики.

Аналізуючи інформаційний простір Китаю, необхідно враховувати його відносну закритість і високий ступінь контролю з боку держави. Правляча партія використовує медіа для тиражування ідей «гармонійного суспільства», формування в аудиторії переконаності в правильності політичного й економічного курсу як гарантії вирішення соціальних проблем (стан медичного обслуговування, зростання цін на нерухомість, корупція, розрив у доходах, зайнятість, екологія, громадська безпека тощо).

У цілому, напрями втручання державної влади в діяльність медіа Китаю досить різноманітні. Це не тільки досить жорстка система реєстрації, а й кадрова політика (Комуністична партія Китаю фактично призначає керівників впливових медіа), і багаторівнева цензура (контроль матеріалів до їх виходу і ретельний моніторинг опублікованого контенту). Серед державних структур, що визначають інформаційну політику Китаю, виділимо основні: а) головне державне управління з радіомовлення, кінематографії і телебачення (впливає на зміст медіа-продукції, на законодавче регулювання галузі); б) Міністерство інформації (визначає стратегію розвитку медіа, зміст нормативно-правової бази діяльності медіа); в) Міністерство культури (відповідає за «культурну комунікацію» із зарубіжними країнами, просування позитивного іміджу держави); г) Департамент комп'ютерного регулювання і контролю при Міністерстві громадської безпеки, а також Китайський інформаційний мережевий центр інтернету (визначають функціонування сфери онлайн-комунікації).

Основу інформаційної політики в КНР становлять загалом ідеологічні засади Комуністичної партії Китаю, у структурі якої функціонує відділ, який відповідає за зміст інформаційних потоків і регулярно направляє в медіа рекомендації та заборони. Із 2003 р діє проект «Золотий щит» («Великий китайський файрвол»), який регулює та обмежує інтернет-контент. У кінці першого десятиліття XXI ст. активізувався зовнішній вектор медійного розвитку: група найбільших китайських медіа почала вкладати ресурси для розширення присутності у світовому інформаційному просторі та розповсюдження офіційної позиції Уряду.

У 1990 р при ЦК КПК був створений Департамент зовнішньої пропаганди, через рік у структурі Держради Китаю з'явився Інформаційний центр. У матеріалах, націлених на формування зовнішнього іміджу, КНР позиціюється як «країна, відкрита для міжнародного співробітництва» і «велика держава». Із початку 2000-х рр. у провідних суспільно-політичних виданнях КНР з'являється велика кількість публікацій, присвячених «мирному піднесенню Китаю» (з 2004 р. це гасло змінили на висхідну до 1980-м ідеологему «миру та розвитку»), які стверджують унікальність проведених урядом соціально-економічних перетворень. Поступово відбувається зміщення інформаційних акцентів з «економічного дива» до «гармонійного суспільства» і «сталого розвитку», що покликані подолати уявлення про КНР як винятково «складальний цех світової промисловості».

Підконтрольність державі не призводить, однак, до зниження рівня довіри громадян Китаю до національних медіа. У зв'язку із цим показове значення так званого індексу соціальної довіри. Дослідницький проект «Всесвітній огляд цінностей» (World Values Survey, WVS) включає цей критерій у звіти з 1980-х рр. Показник індексу соціальної довіри не меншою мірою, ніж фінансово-економічні індикатори, відображає соціально-економічний розвиток у конкретній державі, рівень соціальної конфліктності, задоволеність громадян діяльністю державних структур, довіру до засобів масової інформації. У Китаї фіксується один з найбільш високих показників індексу у світі (поряд з державами Скандинавії) [7]. Це означає, що середній представник китайського суспільства схильний некритично сприймати інформацію в будь-яких медіа, приймати запропоновані комунікатором оцінки й підтримувати тиражовані медіа ініціативи.

**Висновки.** Таким чином, «цифровий розкол» між Заходом і рештою світу, про який заговорили на межі ХХ–ХХІ ст., до нинішнього моменту виявився багато в чому подоланим. Зняття проблеми технологічного та комунікаційного відставання дозволило звернутися до питань побудови нової інформаційної інфраструктури взаємодії в макро-регіоні і зростання ролі Китаю в комунікативному процесі. Досвід КНР у формуванні сприятливого зовнішнього іміджу і внутрішньої консолідації може виявитися корисним у контексті завдань, що вирішуються інтеграційними формуваннями, наприклад ЄАЕС. Адекватно сформований, стійкий, зрозумілий громадськості образ інтеграційного формування може стати вагомим фактором успішності його функціонування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Zhao Hong*. China's One Belt One Road: An Overview of the Debate. Trends in Southeast Asia. Singapore : ISEAS Yusof Ishak Institute Publ. 2016. № 6. 44 p.
2. *Песцов С. К.* Большая Евразия: что скрывает фасад вдохновляющей идеи // Россия и АТР. 2018. № 1(99). С. 8–28.
3. *Горяина Ю. П.* Специфика «внутреннего» и «внешнего» образа Китая в начале XXI в. // Проблемы Дальнего Востока. 2009. № 2. С. 25–37.
4. *Горяина Ю. П.* Национальная идентичность как основа формирования имиджа Китая // Вестн. Сургутского гос. пед. ун-та. 2012. № 3. С. 102–107.
5. *Devlin K.* 5 charts on global views of China [Electronic source] // Pew Research Center : official web-site. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/10/19/5-charts-on-global-views-of-china> (Date of access: 09.09.2019).
6. *Ramo J. C.* The Beijing Consensus. — London : Foreign Policy Center, 2004. 74 p.
7. *Ortiz-Ospina E., Roser M.* Trust // Our World in Data . URL: <https://ourworldindata.org/trust> (Date of access: 10.09.2019).

## REFERENCES

1. Zhao, Hong (2016). China's One Belt One Road: An Overview of the Debate. Trends in Southeast Asia. Singapore : ISEAS Yusof Ishak Institute Publ, 6, 44.
2. Pesczov, S. K. (2018). Bol'shaya Evrazy'ya: chto skryvaet fasad vdoxnovlyayushhej y'dey' [Greater Eurasia: what hides the facade of an inspiring idea]. Rossy'ya y' ATR, 1 (99), 8–28.
3. Goryay'na, Yu. P. (2009). Specy'fy'ka «vnutrennego» y' «vneshnego» obraza Ky'taya v nachale XXI v. [Specificity of "internal" and "external" image of China at the beginning of XXI century]. Problemi Dal'nego Vostoka, 2, 25–37.
4. Goryay'na, Yu. P. (2012). Nacy'on'al'naya y'denty'chnost' kak osnova formy'rovany'ya y'my'dzha Ky'taya [National identity as the basis for shaping China's image]. Vestny'k Surgut'skogo gosudarstvennogo pedagogy'cheskogo uny'versy'teta, 3, 102–107.

5. Devlin K. 5 charts on global views of China [Electronic source]. Pew Research Center : official web-site. Retrieved 9 September 2019 from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/10/19/5-charts-on-global-views-of-china>.
6. Ramo, J. C. (2004). The Beijing Consensus. — London : Foreign Policy Center, 74 p.
7. Ortiz-Ospina E., Roser M. Trust. Our World in Data. Retrieved 10 September 2019 from: <https://ourworldindata.org/trust>.

*Стаття надійшла до редакції 08.09.2019.*

*Received 08.09.2019.*