

Подоляк Диана Владимировна

Podolyak Diana Vladimirovna

магистрант  
Кубанского государственного университетаMaster's Degree student,  
Kuban State University**СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ «МЯГКОЙ СИЛЫ» ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ КНР****MEDIA AS A SOFT POWER TOOL IN THE PRC'S FOREIGN POLICY****Аннотация:**

Современный этап международных отношений характеризуется обострением геополитической конкуренции основных центров силы в мире. Особенно рельефно данные противоречия проявляются в политико-информационном пространстве. В условиях фактической монополизации странами Запада инструментов формирования и артикуляции мнения мирового сообщества важно выявить эффективные медиастратегии, которые позволят оказывать существенное влияние на формирование повестки дня в различных регионах мира. В данном контексте наглядным примером является политика Китая по увеличению ресурсов влияния «мягкой силы». Одним из ключевых ее компонентов выступают СМИ. Поэтому актуальной исследовательской задачей является, во-первых, выделение китайской специфики «мягкой силы» во внешней политике страны и, во-вторых, определение основных направлений использования медиа для выполнения приоритетных задач во внешней политике КНР.

**Ключевые слова:**

внешняя политика, «мягкая сила», КНР, ресурсы влияния, СМИ, зарубежная аудитория, новостное, имидж.

**Summary:**

The current stage of the international relations is characterized by the aggravation of the geopolitical competition among the global centers of power. These contradictions are obviously shown in the political information sector. It is important to reveal the effective media strategies that will have a significant effect on the establishment of the agenda in various regions of the world in terms of the actual Western monopolization of tools for forming and expressing the world opinion. This is exemplified by the Chinese policy on the increase in influence resources of soft power in this regard. Media are one of its key components. Therefore, a relevant research task is, first, to identify the Chinese specific nature of the soft power in its foreign policy; and, secondly, determine the focus areas of media to perform priority tasks of the PRC's foreign policy.

**Keywords:**

foreign policy, soft power, PRC, influence resources, media, international audience, international broadcasting, image.

Увеличение ресурсов «мягкой силы» стало одним из важных направлений внешней политики Китая. Руководители страны неоднократно отмечали ее значение в условиях глобализирующегося мира. Так, Ху Цзиньтао в период пребывания на посту Председателя КНР в 2007 г. на XVII съезде Коммунистической партии Китая озвучил основные принципы китайской «мягкой силы» [1, с. 182–183]. Его преемник Си Цзиньпин в 2017 г. в докладе на XIX съезде КПК трижды акцентировал внимание на значении «мягкой силы» во внешней политике страны [2]. В условиях современного Китая «мягкая сила» становится важным элементом реализации концепции «китайской мечты», которая представляет собой как долгосрочный план развития страны, так и важный механизм формирования внутри- и внешнеполитического имиджа КНР [3, с. 5].

Китайская версия «мягкой силы» имеет ряд характерных особенностей. Содержательно она концентрируется вокруг традиционной китайской культуры, в то время как конкуренты сосредоточены в первую очередь на продвижении популярной культуры [4, с. 2006]. Большую роль играет популяризация китайского языка [5, с. 80], которая осуществляется в том числе посредством Институтов Конфуция [6, с. 82]. Кроме того, в отличие от стран Запада, где основу «мягкой силы» составляют институты гражданского общества, в КНР главным субъектом, определяющим стратегию ее развития, является государство.

На изменение информационной политики Китая существенное влияние оказывают долгосрочные экономические факторы. Активная интеграция в мировую экономику приводит к интенсификации торговых споров. Поскольку масштабы участия китайского капитала в мировой экономике быстро расширяются, ситуация, при которой мнение мирового сообщества фактически монополизировано американскими и европейскими СМИ, вызывает закономерную озабоченность у правительства страны. Выходом стало, во-первых, изменение характера взаимодействия с зарубежными СМИ и, во-вторых, расширение возможностей для граждан других стран получать информацию о Китае из альтернативных источников.

Ключевым политическим институтом, реализующим медиастратегию страны во внешней политике, является Информационное бюро Госсовета КНР. Помимо мониторинга СМИ и координации всех внешних медиакоммуникаций, бюро само проводит пресс-конференции, издает журналы и книги, снимает фильмы. Существенный сегмент его медиапродуктов предназначен для

Тайваня, Гонконга и китайских диаспор за рубежом – важных целевых аудиторий органов власти КНР. Другой сегмент – иностранцы, проявляющие интерес к стране, включая бизнесменов и туристов. Коммуникационное воздействие на них осуществляется через такие издательства, как Foreign Languages Press, газеты China Daily и Global Times [7, p. 101]. Кроме того, Информационное бюро занимается управлением интернет-контентом.

Существенное влияние на информационную политику Китая оказали летние Олимпийские игры 2008 г. в Пекине. В период их подготовки множество зарубежных лидеров общественного мнения подвергали официальных властей страны острой критике. Поэтому в январе 2007 г. правительство изменило ряд правил, в частности в принципе позволило зарубежным СМИ заниматься сбором информации в Китае без специальных разрешений от властей. Первоначально такой облегченный режим действовал до октября 2008 г., но позже был продлен на неопределенный срок.

Трансформации в информационной политике Китая в этот период отчетливо проявились на примерах конфликтных ситуаций в стране. Так, в ходе беспорядков в Тибете в марте 2008 г. китайское правительство скрывало информацию о событиях в регионе от зарубежных СМИ. В результате основным источником информации для них стало тибетское правительство в изгнании в Индии, что определило критическое по отношению к политике Пекина освещение конфликта. Впоследствии информационная политика КНР в подобных конфликтных ситуациях существенно изменилась. Официальные власти были нацелены на оперативное предоставление информации, в том числе зарубежным СМИ. Когда в июле 2009 г. в Синьцзян-Уйгурском автономном районе произошли межэтнические столкновения, на месте был создан пресс-центр, в который был предоставлен доступ иностранным корреспондентам. Освещение данных событий в китайских СМИ проводилось намного более оперативно по сравнению с событиями в Тибете [8, p. 185]. Следует отметить, что за последние годы оперативность работы ведущих медиа КНР существенно возросла.

Кроме того, крупнейшие китайские СМИ в последние годы существенно расширили свои возможности в сфере информирования широкой международной аудитории о своей стране. По сравнению с каналами, предназначенными для информирования внутренней аудитории, информационные продукты, направленные на зарубежного зрителя, как правило, приносят меньший доход от рекламы, поэтому их активное развитие в КНР обусловлено в первую очередь внешнеполитическими задачами. Индикатором того, что приоритетом инноваций в стране является решение именно политических задач, является то внимание, которое уделяет ему партийное руководство.

Важная тенденция во взаимодействии органов государственной власти и СМИ в Китае заключается в реализации принципов *peiwai youbie* (дифференциации медийных продуктов, предназначенных для внутренней и внешней аудитории) и *peijin waisong* [9, p. 188] (контролируемый внутри, автономный снаружи). Идея заключается в том, чтобы осуществлять более жесткий контроль над СМИ, работающими для внутренней аудитории, и таким образом предотвращать дестабилизацию общества и предоставлять более широкие возможности для медиа, обеспечивающих информацией зарубежную аудиторию.

Китай продолжает расширять свое влияние на мировую экономику, при этом формируя информационные потоки, которые направлены на изменение медиаландшафта. Это происходит благодаря ускоренному развитию международных СМИ, направленному на увеличение ресурсов «мягкой силы». Такие учреждения, как Центральное телевидение Китая (CCTV), Международное радио Китая (CRI), информационное агентство (ИА) «Синьхуа» и газета «Жэньминь жибао», формируют новостную повестку дня, альтернативную той, которую задают западные СМИ. Быстрое развитие китайских СМИ, направленных на зарубежную аудиторию, позволяет стране представлять собственное видение главных международных проблем и событий.

Важной особенностью китайского инновационного вещания является широкий языковой диапазон, благодаря которому появляется возможность оказывать влияние на большую аудиторию [10, p. 84]. Так, CRI транслирует передачи на 43 иностранных языках и диалектах [11, p. 3], CCTV включает в себя круглосуточные каналы, вещающие на английском, испанском, французском, арабском и русском языках. Китайские СМИ относятся к числу немногих, которые активно работают в Африке в период, когда экономические трудности западных медиа вынуждают их отказываться от собственных корреспондентов на континенте [12, p. 2].

СМИ, осуществляющие вещание для зарубежной аудитории, представляют ключевой инструмент КНР в рамках противостояния с Западом в политико-информационной сфере. Активную роль также играют китайские посольства, которые регулярно публикуют заявления для прессы, опровергая материалы иностранных СМИ, пытаются воздействовать на неправительственные организации, поддерживают те медиа, которые лояльно оценивают курс китайского правительства.

В целях усиления своего влияния Китай использует комплексные методы. Так, в 2016 г. правительство арендовало видеозеро на Таймс-сквер в Нью-Йорке, на котором 120 раз в сутки на протяжении 10 дней транслировался видеоролик продолжительностью 3 минуты, включавший

в себя выступления официальных лиц КНР и представителей других стран по вопросу территориальных споров в Южно-Китайском море. ИА «Синьхуа» и CCTV параллельно создали специальные англоязычные сайты, на которых раскрывались позиция и аргументы КНР по данной проблеме [13, p. 121].

Кроме того, китайские СМИ динамично развивают различные форматы взаимодействия с целевой аудиторией. Так, CCTV и CRI активно разрабатывают собственные многоязычные сайты, ИА «Синьхуа» создает большое количество фото- и видеоконтента, значительные ресурсы вкладываются в создание приложений для мобильных устройств. Трансформация в кроссплатформенные медиа, вещающие в режиме 24/7 на широкую аудиторию, предоставляет возможность китайским СМИ на равных конкурировать с ведущими западными корпорациями.

Таким образом, целями китайской медиастратегии являются улучшение национального имиджа, увеличение ресурсов «мягкой силы» и усиление влияния при решении международных проблем. Важная роль при этом отводится массмедиа. В Китае, где основные СМИ находятся под контролем государства, приоритеты при формировании информационной повестки дня для международной аудитории в той или иной форме устанавливает правительство. Ключевую роль в этом играет Информационное бюро Госсовета КНР, определяющее основные идеи, которые транслируют для зарубежной аудитории китайские медиа. В целом за последние годы ресурсы влияния китайских СМИ на зарубежную аудиторию существенно выросли.

### Ссылки:

1. Нежданов В.Л. История происхождения политики «мягкой силы» в КНР // Китай: история и современность : материалы VIII междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2015. С. 182–187.
2. Полный текст доклада, с которым выступил Си Цзиньпин на 19-м съезде КПК [Электронный ресурс] // Синьхуа: информационное агентство. 2017. 3 нояб. URL: [http://russian.news.cn/2017-11/03/c\\_136726299.htm](http://russian.news.cn/2017-11/03/c_136726299.htm) (дата обращения: 12.10.2018).
3. Новосельцев С.В. Концепция «китайской мечты» и ее практическое применение // Сравнительная политика. 2016. Т. 7, № 1. С. 5–21. [https://doi.org/10.18611/2221-3279-2016-7-1\(22\)-5-21](https://doi.org/10.18611/2221-3279-2016-7-1(22)-5-21).
4. Ковба Д.М. «Мягкая сила» в китайской политической науке и практике // XX Международная конференция памяти профессора Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования». Екатеринбург, 2017. С. 2002–2010.
5. Ягья В.С., Ковалевская Н.В., Ли Минфу. Стратегия «мягкой силы» во внешней политике КНР в Африке // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 9. С. 78–81.
6. Михневич С.В. Мудрец помогает Поднебесной: развитие сети Институтов Конфуция как инструмент реализации политики «мягкой силы» КНР в Большой Восточной Азии // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2015. Т. 10, № 1. С. 80–117.
7. Shambaugh D. China's Soft Power Push: The Search for Respect // Foreign Affairs. 2015. Vol. 94, no. 4. P. 99–107.
8. Yamada K. China's Focus on External Publicity: The Impact of Changing Media Policy at Home and Abroad // NHK Broadcasting Studies. 2011. No. 9. P. 185–208.
9. Ibid. P. 188.
10. Ye P., Albornoz L.A. Chinese Media 'Going Out' in Spanish Speaking Countries: The Case of CGTN-Español // Westminster Papers in Communication and Culture. 2018. Vol. 13, no. 1. P. 81–97. <https://doi.org/10.16997/wpcc.277>.
11. Agarwal G. Comparing Indian and Chinese Engagement with Their Diaspora [Электронный ресурс] // Institute of Chinese Studies – ICS Analysis. 2017. No. 44. P. 1–9. URL: <https://www.icsin.org/uploads/2017/05/12/211f130a0fec40dfe1ab70a2e6d6d269.pdf> (дата обращения: 25.10.2018).
12. Gagliardone I. Media Development with Chinese Characteristics [Электронный ресурс] // Global Media Journal. German Edition. 2014. Vol. 4, no. 2. P. 1–16. URL: [https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt\\_derivate\\_00031116/GMJ8\\_Gagliardone\\_final.pdf](https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00031116/GMJ8_Gagliardone_final.pdf) (дата обращения: 26.10.2018).
13. Kalimuddin M., Anderson D.A. Soft Power in China's Security Strategy // Strategic Studies Quarterly. 2018. Vol. 12, no. 3. P. 114–141.

### References:

- Agarwal, G 2017, 'Comparing Indian and Chinese Engagement with Their Diaspora', *Institute of Chinese Studies – ICS Analysis*, no. 44, pp. 1-9, viewed 25 October 2018, <<https://www.icsin.org/uploads/2017/05/12/211f130a0fec40dfe1ab70a2e6d6d269.pdf>>.
- 'Full Text of Xi Jinping's Report at the 19th CPC National Congress' 2017, *Xinhua News Agency*, November 03, viewed 12 October 2018, <[http://russian.news.cn/2017-11/03/c\\_136726299.htm](http://russian.news.cn/2017-11/03/c_136726299.htm)>, (in Russian).
- Gagliardone, I 2014, 'Media Development with Chinese Characteristics', *Global Media Journal. German Edition*, vol. 4, no. 2, pp. 1-16, viewed 26 October 2018, <[https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt\\_derivate\\_00031116/GMJ8\\_Gagliardone\\_final.pdf](https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00031116/GMJ8_Gagliardone_final.pdf)>.
- Kalimuddin, M & Anderson, DA 2018, 'Soft Power in China's Security Strategy', *Strategic Studies Quarterly*, vol. 12, no. 3, pp. 114-141.
- Kovba, DM 2017, 'Soft Power in Chinese Political Science and Practice', *XX Mezhdunarodnaya konferentsiya pamyati professora L.N. Kogana "Kul'tura, lichnost', obshchestvo v sovremennom mire: metodologiya, opyt empiricheskogo issledovaniya"*, Yekaterinburg, pp. 2002-2010, (in Russian).
- Mikhnevich, SV 2015, 'The Sage Helps the Celestial Empire: Promotion of the Confucius Institutes Global Network as an Instrument of the PRC's Soft Power Policy in the Great Eastern Asia Region', *Vestnik mezhdunarodnykh organizatsiy obrazovaniya, nauka, novaya ekonomika*, vol. 10, no. 1, pp. 80-117, (in Russian).
- Nezhdanov, VL 2015, 'History of Genesis of Soft Power Policy in the PRC', *Kitay: istoriya i sovremennost': materialy VIII*

*mezhdunar. nauch.-prakt. konf.*, Yekaterinburg, pp. 182-187, (in Russian).

Novoseltsev, SV 2016, 'The "China Dream" Concept and Its Practical Implementation', *Comparative Politics*, vol. 7, no. 1, pp. 5-21. [https://doi.org/10.18611/2221-3279-2016-7-1\(22\)-5-21](https://doi.org/10.18611/2221-3279-2016-7-1(22)-5-21).

Shambaugh, D 2015, 'China's Soft Power Push: The Search for Respect', *Foreign Affairs*, vol. 94, no. 4, pp. 99-107.

Yagya, VS, Kovalevskaya, NV & Li Minfu 2015, 'The Strategy of Soft Power in the China's Foreign Policy in Africa', *Gumanitarnyye, sotsial'no-ekonomicheskiye i obshchestvennyye nauki*, no. 9, pp. 78-81, (in Russian).

Yamada, K 2011, 'China's Focus on External Publicity: The Impact of Changing Media Policy at Home and Abroad', *NHK Broadcasting Studies*, no. 9, pp. 185-208.

Ye, P & Albornoz, LA 2018, 'Chinese Media 'Going Out' in Spanish Speaking Countries: The Case of CGTN-Español', *Westminster Papers in Communication and Culture*, vol. 13, no. 1, pp. 81-97. <https://doi.org/10.16997/wpcc.277>.