

DOI: 10.31866/2617-2674.3.2.2020.217651

УДК 070+32(510)

**МЕДІАСИСТЕМА КИТАЮ: ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ
ТА ЗОВНІШНЯ АВТОНОМІЯ****Сергій Венідіктов***кандидат філологічних наук, доцент, начальник кафедри соціально-гуманітарних дисциплін;
e-mail: tv.lab.mogilev@gmail.com; ORCID: 0000-0001-6859-9724**Могильовський інститут Міністерства внутрішніх справ Республіки Білорусь,
Могильов, Білорусь***Ключові слова:**Китай (КНР);
медіасистема;
інформаційна політика;
ЗМІ;
«м'яка сила»;
імідж**Анотація**

Мета дослідження – встановлення специфіки інформаційної політики Китаю (КНР) в контексті принципів внутрішнього контролю та зовнішньої автономії. **Методологія дослідження** представлена аспектним, концептуальним, процесним та прогностичним підходами. **Наукова новизна** дослідження полягає у встановленні особливостей інформаційної стратегії Китаю як елемента політики «м'якої сили», інструменту формування позитивного зовнішнього іміджу КНР, ресурсу підтримки стабільності соціальної системи. Практичне значення одержаних результатів обумовлене можливістю їх застосування в інтересах вдосконалення національних моделей інформаційної політики. **Висновки.** Розглянуто характеристики медійного діалогу Китаю з державами Заходу, спрямованого на експорт культурних цінностей, виявлені тенденції у відносинах влади та ЗМІ. Виявлено, що інформаційний простір Китаю у взаємодії зі світовим інформаційним простором можна схарактеризувати поняттям «контрольованої інформаційної відкритості», що передбачає значний ступінь контролю національної медіасистеми і відносну автономію зовнішнього вектора діяльності мас-медіа.

Як цитувати:

Венідіктов, С. (2020). Медіасистема Китаю: внутрішній контроль та зовнішня автономія. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 3(2), с.229-236.

Постановка проблеми

Інформаційну політику Китаю нині варто розглядати як елемент політики «м'якої сили», спрямованої на посилення позицій Пекіна в субрегіональному і сві-

товому економічному просторі. «М'яка сила» Китаю базується на привабливості культури, впливовості політичних цінностей та моральному авторитеті зовнішньої політики: «В умовах сучасного Китаю "м'яка сила" стає важли-

вим елементом реалізації концепції "китайської мрії", яка являє собою як довгостроковий план розвитку країни, так і важливий механізм формування внутрішньо- і зовнішньополітичного іміджу КНР» (Подольак, 2018). На відміну від країн Заходу, де політика «м'якої сили» визначається функціонуванням структур громадянського суспільства, в КНР її ресурс визначається і підтримується державними структурами, які багато в чому спираються на контрольовану ними систему засобів масової інформації. У такій ситуації роль «сторожового пса» демократії, характерна для традиційних західних ЗМІ, що діють в суспільстві громадянського типу, китайськими медіа не реалізується зовсім.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У сучасних дослідженнях звертається увага на існування тенденції у відносинах органів влади та медіа в КНР, яка передбачає реалізацію «принципів *peiwa* *youbie* (диференціації медійних продуктів, призначених для внутрішньої і зовнішньої аудиторії) і *neijin waisong* («контрольований всередині – автономний зовні»). Ідея полягає в тому, щоб здійснювати більш жорсткий контроль над ЗМІ, що працюють для внутрішньої аудиторії, і таким чином запобігати дестабілізації суспільства і надавати ширші можливості для медіа, що забезпечують інформацією зарубіжну аудиторію» (Подольак, 2018). Специфіка функціонування медіасистеми сучасного Китаю відображена в роботах С. В. Венідіктова (2019), Д. В. Подольак (2018), А. Ю. Рязанової (2015), М. В. Хижняк (2018),

Д. Мадрид-Моралеса та Х. Вассермана (2017) й інших дослідників.

Мета дослідження

Мета дослідження – встановлення специфіки інформаційної політики Китаю в контексті принципів внутрішнього контролю та зовнішньої автономії.

Виклад основного матеріалу

При аналізі інформаційного простору Китаю необхідно враховувати його відносну закритість і високий ступінь контролю з боку держави, що обумовлено у т.ч. необхідністю захисту громадян від «культурного імперіалізму». Попри те, що Конституція КНР гарантує свободу слова і свободу інформації, керівна партія використовує ЗМІ для тиражування ідей «гармонійного суспільства», формування в аудиторії переконаності в правильності політичного та економічного курсу як гарантії розв'язання соціальних проблем (стан медичного обслуговування, зростання цін на нерухомість, корупція, розрив у доходах, зайнятість, екологія, громадська безпека та ін.). Основу інформаційної політики в КНР складають загалом ідеологічні установки КПК, в структурі якої функціонує відділ, який відповідає за зміст інформаційних потоків і регулярно направляє в ЗМІ директиви, рекомендації та заборони.

Надзвичайно розвинена система медійного впливу на зарубіжну аудиторію призводить до інтенсифікації інформаційного діалогу Китаю з провідними державами Заходу, який позначається на функціонуванні в тому числі глобального медійного простору. Для провідних інформаційних агентств світу новини

з Китаю є надзвичайно зажаданими, дозволяючи Пекіну реалізовувати гасло зовнішньої пропаганди «Дозволити світу зрозуміти Китай і дозволити Китаю вийти за межі». Об'єктом подібної пропаганди, крім населення інших країн, є китайські діаспори, а також населення Гонконгу, Тайваню і Макао, що демонструють відчуженість від ідеологічних установок історичної батьківщини і схильність до небажаного інформаційного впливу. Розмірковуючи на цю тему, директор російської служби «Міжнародного радіо Китаю» Лю Янь зазначила: «З жалем доводиться констатувати, що в зарубіжній, особливо західній, пресі продовжують поширюватися синофобські настрої. Китай зображують новою загрозою для світової безпеки. <...> Китай програє у глобальній інформаційній війні, <...> у країні вкрай низький інформаційний вплив на світовій арені. Для розв'язання цієї проблеми був запущений ряд медіапроектів, орієнтованих виключно на іноземців» (Алешина і Горшков, 2015).

Ряд найважливіших явищ в житті Китаю отримують різні оцінки в національних та закордонних ЗМІ. Існування потужного фільтра інформації в особі держави призводить до того, що потенційно прямий діалог між ЗМІ та аудиторією стає опосередкованим, традиційна модель комунікаційного акту розтягується, включаючи в себе створений додатковий «медійний шум» ланки (Венидиктов, 2019). Підконтрольність державі, існування «інформаційного заслону» стає причиною тенденції: «половинчаста інформованість [сіє] недовіру до офіційної пропаганди, [породжує] відчуження людей від прийняття рішень, [утворює] проміжок між проголошеною політикою та її реальним втіленням

в життя» (Сюцзюань, 2008, с.328). Закон про засоби масової інформації як такої в КНР відсутній, конституційні гарантії свободи слова мають формальний характер: «Ще 2007 року влада Китаю видала закон, що забороняє розміщення будь-якої негативної інформації в китайських ЗМІ. Ухвалення цього закону супроводжувалося каральними заходами влади проти опозиції та арештами "дисидентів"» (Рязанова, 2015, с.109).

Однак зниження рівня довіри громадян Китаю до національних ЗМІ не носить масового характеру. У зв'язку з цим показово значення т.зв. індексу соціальної довіри. Дослідницький проєкт «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 найвищих показників індексу у світі (поряд з державами Скандинавії) (Ortiz-Ospina and Roser). Це означає, що середній представник китайського суспільства схильний некритично сприймати інформацію в будь-яких ЗМІ, приймати запропоновані комунікатором оцінки й підтримувати тиражовані медіа ініціативи.

Довіра досягається, у тому числі завдяки використанню в китайських ЗМІ неконфронтаційної методики пропагандистської роботи. Наприклад, критичні матеріали про соціально-політичні події в країнах Заходу, кризові явища у світовій політиці, спроби економічного тиску на Китай подаються з посиланням

на закордонні інформаційні агентства: «Пекін вміло використовує наявність на Заході широкого спектра відкритих джерел інформації і свободи думок, щоб поширювати необхідні матеріали, причому підготовлені самими іноземцями» (Ареева, 2014, с.68). Експерти в останні роки говорять про зміну вектору зовнішньополітичної пропаганди, диверсифікації джерел інформації, орієнтованих на іноземну аудиторію, створення при державних інформагентствах видань іноземними мовами (насамперед, англійською). Зростання кількості впливових ЗМІ, що належать Китаю, або активно співпрацюють з китайськими медіа призводить до формування уявлення про плюралізм думок і різноманіття джерел інформації в КНР, що сприятливо позначається на іміджі держави.

Інформаційні наслідки реалізації концепції «м'якої сили» Китаю, мабуть, найбільш очевидні зараз на африканському континенті. Проникнення ЗМІ КНР у місцевий медіапростір почалося ще у 1960-ті рр. Дотепер конкуренція з США за ємний ринок Африки привела Китай до усвідомлення необхідності активізації формування свого позитивного іміджу інформаційними засобами. Інформаційне агентство «Сінхуа» послідовно розвиває мережу філій на континенті, видання China Daily готує випуски на африканських мовах, щомісяця виходить журнал ChinAfrica з редакцією в ПАР, з 2012 року транслюється африканська версія міжнародного телеканалу «Центрального телебачення Китаю» (CCTV Africa) (Хижняк, 2018). Щорічно журналісти з африканських держав проходять навчання в Інституті журналістики Китайського народного університету. Можна стверджувати, що Китай зараз виграє в конкурентному протистоянні за

ємний медіаринок Африки з державами Заходу, які обмежують присутність в регіоні з економічних міркувань.

Подібна діяльність ЗМІ КНР, безумовно, призводить до експорту культурних цінностей, підвищує лояльність зовнішньої аудиторії до Китаю як до надійного партнера, забезпечує населення малорозвинених територій досить якісним медійним продуктом. Водночас, експерти наголошують на небезпеці «м'якого, але сильного» інформаційного впливу, закликаючи «звернути особливу увагу на наслідки такого медіазбагачення у вигляді ослаблення медіадемократії, а також ретельно зважити співвідношення між короткостроковою вигодою і можливими довгостроковими негативними наслідками» (Хижняк, 2018, с.169), вказуючи на загрозу «розчинення» одних культур в інших. При цьому соціологічні дослідження свідчать, що африканські спільноти не визнають існування яких би то не було погроз з боку Китаю, не стурбовані можливою втратою інформаційного суверенітету (Madrid-Morales and Wasserman, 2017): «Використовуючи широку інформаційну мережу по всьому африканському континенту, Китай забезпечив собі умови для ефективного просування позитивного іміджу, а також формування дискурсу, сприятливого для досягнення своїх політичних цілей, при цьому не викликаючи в аудиторії відторгнення пропонуваної інформації» (Хижняк, 2018, с.169-170).

Не дивно, що саме з африканськими партнерами була укладена перша в історії китайських ЗМІ інвестиційна угода: у 2008 році медіагрупа Anhui Daily Press Group (провінція Аньхой, КНР) оголосила про угоду з південноафриканською Mallard South Africa Media Group і про

створення спільної компанії Xin'an Media Co., Ltd. Загалом, наприкінці першого десятиліття XXI ст. активізувався зовнішній вектор медійного розвитку: група найбільших китайських медіа почала вкладати ресурси для розширення присутності в світовому інформаційному просторі та розповсюдження офіційної позиції уряду.

Поряд з розширенням власного впливу на закордонну аудиторію, формування сприятливого зовнішнього іміджу, інформаційна політика Китаю спрямована на нейтралізацію небажаних посилів з боку західних мовних корпорацій, які отримали доступ до медіаринку КНР і здійснюють культурно-інформаційну експансію як елемент «м'якого удару» по Китаю. Значною мірою така потреба пояснює і досить жорстку державну політику в галузі засобів масової інформації, і реалізацію концепції «м'якої сили» в зовнішньому мовленні, і прагнення зберегти культурно-історичну ідентичність, інформаційний суверенітет в умовах глобалізації комунікаційного простору: «У Пекіні не приховують, що розглядають спроби Заходу прищепити китайському населенню свою ідеологію, як цинічне прагнення послабити КНР, підірвати морально-політичну єдність суспільства – об'єднуючу силу китайського патріотизму» (Горяина, 2012, с.105).

З 1941 року в регіоні здійснює діяльність британська корпорація BBC, центральний офіс якої спочатку знаходився в Гонконзі. Зараз діє також бюро в Пекіні. Однак, наприклад, протягом 1994–2000 рр. мовлення BBC World було практично недоступне китайській аудиторії (реакція уряду на упереджене висвітлення подій в країні).

В 1994 році було введено заборону на використання іноземного капіталу у фі-

нансуванні китайських медіа. Вступ КНР до Світової організації торгівлі, з одного боку, відкрило для китайських ЗМІ величезний міжнародний медіаринок, з іншого – поставила їх в умови незвичної конкуренції. Зараз провідні ЗМІ Заходу (BBC, New York Times, Financial Times, The Economist та ін.) мають версії китайською мовою. Попри це, близько 90 % телепередач, фільмів та рекламної продукції виробляються в КНР, що змушує китайських експертів відкрито говорити про проблеми різноманітності контенту і створення іміджевого, брендового продукту. Така ситуація не дозволяє китайським медіа реалізовувати свій потенціал в якості «експортера культурних цінностей», адаптованих до запитів закордонної аудиторії.

Висновки

Таким чином, інформаційний простір Китаю у взаємодії зі світовим інформаційним простором можна характеризувати поняттям «контр-ольованої інформаційної відкритості», що передбачає значний ступінь контролю національної медіасистеми і відносну автономію зовнішнього вектора діяльності мас-медіа. Сучасні китайські автори звертають увагу на трансформацію ЗМІ, яка відбувається в економічних умовах, що змінюються, у яких «ЗМІ можуть не тільки грати апологічну роль, роз'яснюючи і коментуючи нові історичні рішення чергового з'їзду, пленуму партії, але також повинні стати творцем нових соціальних відносин, бути нейтральними до прийнятих керівними структурами рішень, а в перспективі навіть стати опонентом влади при прийнятті важливих загальнонаціональних рішень»

(Сюцзюань, 2008, с.326). Включення в глобальний медіапростір передбачає збереження національної специфіки та цивілізаційної ідентичності. З одного боку, Пекін дотримується політики максимальної участі держави у визначенні змісту медіасфери, пріоритетних

напрямок розвитку національних ЗМІ, фільтрації інтернет-контенту. З іншого боку, така політика не призводить до повної відсутності альтернативної інформації, до зниження загального рівня професіоналізму в роботі журналістської спільноти.

© Переклад українською мовою
О. В. Безручка

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Алешина, М. и Горшков, М., 2015. Имидж по-пекински. *Российская газета. Федеральный выпуск*, 6707 (136), 24 июня.
- Ареева, М.В., 2014. Китайские средства массовой информации и их влияние на глобальные информационные процессы. *Актуальные проблемы современных международных отношений*, 4, с.65-69.
- Венидиктов, С.В., 2019. Информационное взаимодействие в интеграционных формированиях: структурно-функциональная характеристика пространства медиакommunikации. Могилев: Могилевский институт МВД.
- Горяина, Ю.П., 2012. Национальная идентичность как основа формирования имиджа Китая. *Вестник Сургутского государственного педагогического университета*, 3, с.102-107.
- Подольак, Д.В., 2018. СМИ как инструмент «мягкой силы» во внешней политике КНР. *Общество: политика, экономика, право*, [online] 11. Доступно: <http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/2018/11/politics/podolyak.pdf> [Дата обращения 12 января 2020].
- Рязанова, А.Ю., 2015. Особенности развития сетевой журналистики в Китае. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика*, 1, с.109-112.
- Сюцзюань, У., 2008. Китайские средства массовой информации в ходе трансформации общества: тенденции и проблемы. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика*, 3, II, с.325-329.
- Хижняк, М.В., 2018. Информационное наступление Китая в Африке. *Управленческое консультирование*, 3, с.166-171.
- Madrid-Morales, D. and Wasserman, H., 2017. Chinese Media Engagement in South Africa: What is its impact on local journalism? *Journalism Studies*, 10 January, pp.1-18.
- Ortiz-Ospina, E. and Roser, M. Trust. *Our World in Data*. [online] Available at: <<https://ourworldindata.org/trust>> [Accessed 10 January 2020].

REFERENCES

- Aleshina, M. and Gorshkov, M., 2015. Imidzh po-pekinski [Image in Peking]. *Rossiiskaia gazeta. Federalnyi vypusk*, 6707 (136). 24 June.
- Areeva, M.V., 2014. Kitaiskie sredstva massovoi informatscii i ikh vliianie na globalnye informatsionnye protsessy [Chinese mass media and their influence on global information

- processes]. *Aktualnye problemy sovremennykh mezhdunarodnykh otnoshenii*, 4, pp.65-69.
- Goriaina, Iu.P., 2012. Nacionalnaia identichnost kak osnova formirovaniia imidzha Kitaia [National identity as the basis for the formation of the image of China]. *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 3, pp.102-107.
- Khizhniak, M.V., 2018. Informatcionnoe nastuplenie Kitaia v Afrike [China's information offensive in Africa. Management consulting]. *Upravlencheskoe konsultirovanie*, 3, pp.166-171.
- Madrid-Morales, D. and Wasserman, H., 2017. Chinese Media Engagement in South Africa: What is its impact on local journalism? *Journalism Studies*, 10 January, pp.1-18.
- Ortiz-Ospina, E. and Roser, M. *Trust. Our World in Data*. [online] Available at: <<https://ourworldindata.org/trust>> [Accessed 10 January 2020].
- Podoliak, D.V., 2018. SMI kak instrument "miagkoi sily" vo vneshnei politike KNR [Media as an instrument of "soft power" in the PRC's foreign policy]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo*, [online] 11. Available at: <http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/2018/11/politics/podolyak.pdf> [Accessed 12 January 2020].
- Riazanova, A.Iu., 2015. Osobennosti razvitiia setevoi zhurnalistiki v Kitae [Features of the development of network journalism in China]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie, zhurnalistika*, 1, pp. 109-112.
- Siutczuan, U., 2008. Kitaiskie sredstva massovoi informacii v khode transformacii obshchestva: tendencii i problemy [Chinese Mass Media in the Transformation of Society: Trends and Problems]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedenie. Zhurnalistika*, 3, II, pp.325-329.
- Venidiktov, S.V., 2019. *Informatcionnoe vzaimodeistvie v integratsionnykh formirovaniakh: strukturno-funktionalnaia kharakteristika prostranstva mediakommunikacii* [Information interaction in integration formations: structural and functional characteristics of the media communication space]. Mogilev: Mogilevskii institut MVD.

МЕДИАСИСТЕМА КИТАЯ: ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ И ВНЕШНЯЯ АВТОНОМИЯ

Сергей Вендиктов

кандидат филологических наук, доцент, начальник кафедры социально-гуманитарных дисциплин;
e-mail: tv.lab.mogilev@gmail.com; ORCID: 0000-0001-6859-9724
Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь, Могилев, Беларусь

Аннотация

Цель исследования – установление специфики информационной политики Китая (КНР) в контексте принципов внутреннего контроля и внешней автономии. **Методология исследования** представлена аспектным, концептуальным, процессным и прогностическим подходами. **Научная новизна исследования** заключается в установлении особенностей информационной стратегии Китая как элемента политики «мягкой силы», инструмента формирования положительного внешнего имиджа КНР, ресурса поддержания стабильности социальной системы. Практическое значение

исследования обусловлено возможностью применения его результатов в интересах совершенствования национальных моделей информационной политики. **Выводы.** Рассмотрены характеристики медийного диалога Китая с государствами Запада, направленного на экспорт культурных ценностей, выявлены тенденции в отношениях власти и СМИ. Выявлено, что информационное пространство Китая во взаимодействии с мировым информационным пространством можно охарактеризовать понятием «контролируемой информационной открытости», предусматривающее значительную степень контроля национальной медиасистемы и относительную автономии внешнего вектора деятельности масс-медиа.

Ключевые слова: Китай (КНР); медиасистема; информационная политика; СМИ; «мягкая сила»; имидж

CHINA'S MEDIA SYSTEM: INTERNAL CONTROL AND EXTERNAL AUTONOMY

Siarhei Venidziktau

PhD in Philology, Associate Professor, Head of the Social and Humanitarian Disciplines Department;

e-mail: tv.lab.mogilev@gmail.com; ORCID: 0000-0001-6859-9724

Mogilev Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Belarus, Mogilev, Belarus

Abstract

The purpose of this research is to establish the specifics of China's information policy (PRC) in the context of the principles of internal control and external autonomy. **The research methodology** is presented by aspect, conceptual, process and prognostic approaches. **The scientific novelty** of the study is to establish the features of China's information strategy as an element of "soft power" policy, a tool for forming a positive external image of China, a resource for maintaining the stability of the social system. The practical significance of the obtained results is due to the possibility of their application in the interests of improving national models of information policy. **Conclusions.** The characteristics of China's media dialogue with Western countries, aimed at the export of cultural values, are considered, the tendencies in the relations between the authorities and the media are revealed. It was found that China's information space in interaction with the world information space can be characterized by the concept of "controlled information openness", which implies a significant degree of control of the national media system and the relative autonomy of the external vector of mass media.

Keywords: China (PRC); media system; information policy; the media; "soft power"; image



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.