

## ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА КИТАЯ

Широченко Т.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>*Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, Днепропетровск, Украина (49000, г. Днепропетровск, просп. Гагарина, 72), e-mail: tat-lejno2008@yandex.ru*

В статье автором рассмотрены основные государственные институты, которые несут ответственность за формирование образа Китая на международной арене. Проанализирована работа наиболее влиятельных медиаинститутов, деятельность которых оказывает непосредственное влияние на внешнеполитический имидж КНР. Дана оценка эффективности работы гос- и медиаинститутов в контексте имиджформирующей политики Китая. Определено, что формированием внешнеполитического имиджа Китая занимается целый комплекс государственных и медийных институтов. Каждый из них, с одной стороны, имеет свой профиль, с другой – эти разграничения часто оказываются весьма условными, и функции целого ряда госструктур зачастую дублируются. Вся деятельность институтов внутри страны и за ее рубежами ведется в соответствии с указанием партии и под ее пристальным вниманием. Все это способствует целенаправленному, подконтрольному формированию внешнеполитического имиджа Китая.

Ключевые слова: внешнеполитический имидж Китая, институциональная структура, государственные институты, медиаинституты, формирование имиджа.

## INSTITUTIONAL ASPECT OF FOREIGN POLICY IMAGE OF CHINA

Shirochenko T.V.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>*Oles Honchar Dnipropetrovsk National University, Dnipropetrovsk, Ukraine (49000, Dnipropetrovsk, Gagarina prosp. 72), e-mail: tat-lejno2008@yandex.ru*

In the article the author considers the main state institutions, which are responsible for the formation of the image of China in the international arena. Analysis of the work of the most influential media-institute, the activity of which has a direct impact on foreign policy, the image of China. The estimation of efficiency of activity of the state and media-institute in the context image-formula policy of China. It is determined that the foreign policy image of China is engaged in a complex of public and media institutions. Each of them, on the one hand, has its own profile, on the other - these distinctions are often highly conditional and functions of a whole number of state agencies are often duplicated. All the activities of institutions within the country and abroad is conducted in accordance with the instructions of the party and under its scrutiny. All this contributes to deliberate, controlled by foreign policy image of China.

Keywords: foreign-policy China`s image, institutional structure, state institutes, media-institutes, forming of image.

**Актуальность темы исследования.** Современные условия глобального развития таковы, что в процессе принятия политического решения все больше учитываются не только реальные факты, но и человеческое восприятие, представления и образы. Внешнеполитический имидж государства на международной арене приобретает значимую роль, а его формирование становится важным направлением государственной политики. Особый интерес составляет имидж Китая, стремительно вошедшего в группу влиятельнейших игроков мировой политической арены, который вызывает пристальное и заинтересованное внимание государственных и политических деятелей, ученых и широкой общественности. Потребность учитывать «китайский фактор» возрастает с каждым годом.

**Состояние исследования.** Тема формирования внешнеполитического имиджа Китая, несмотря на ее практическую важность в контексте современных международных процессов,

остаётся не до конца изученной. Несмотря на значительное количество работ, посвященных имиджу Китая, внимание его институциональной структуре уделяется значительно меньше, нежели технологической. Представляется целесообразным изучение институциональной составляющей имиджа КНР в современных условиях, когда экономическое, политическое и гуманитарное влияние Китая в мире усиливается с каждым годом. Наиболее полно институциональный аспект рассмотрен в работах И. Рожкова. Определенный интерес составляет классификации институтов в статьях И. Панарина и Е. Евдокимова.

**Цель исследования** – рассмотрение базовых институтов, которые оказывают непосредственное влияние на формирование внешнеполитического имиджа Китая.

**Изложение основного материала.** Рассмотрим институциональную структуру внешнеполитического имиджа Китая, а именно – государственные и медийные институты, которые несут ответственность за формирование имиджа Китая. Одним из основных институтов, отвечающих за формирование позитивного образа Китая посредством пропагандистского информационного воздействия, является Коммунистическая партия Китая (КПК) и ее специальные органы пропаганды. Вся политическая, экономическая, и социальная деятельность внутри страны и за ее рубежами ведется в соответствии с указанием партии и под ее пристальным вниманием [14]. Это же касается и контроля информационных потоков, за которыми тщательно следят специальные органы КПК.

Одной из авторитетнейших партийных организаций считается Отдел пропаганды ЦК КПК. Он представляет собой структурное подразделение партии, осуществляющее управление пропагандой и координацию деятельности по контролю информационного пространства, контроль над СМИ и цензурой [17]. К важнейшим функциям отдела пропаганды относятся: контроль за политикой идеологии, прессой и телевидением, политикой в сфере образования. Отдел пропаганды осуществляет контроль над СМИ, сетью учреждений и органов, ведающих вопросами культуры, печати, издательского дела, телевидения и кино, радио [11].

Немаловажную роль в деле формирования внешнеполитического имиджа путем контроля информационных потоков осуществляют подразделения высшего исполнительного органа Китая – Госсовета КНР. В 2004 году постановлением Госсовета функции проверки, управления и надзора в сфере культуры в китайском сегменте Сети были возложены на Министерство культуры КНР [2]. В 2010 году было создано Бюро по координированию новостей, работавшее синхронно с существовавшим ранее Бюро Госсовета по контролю за информацией. Его задачи — проверка информации, размещённой в социальных сетях, блогах и форумах [2]. На практическом уровне информационную работу курирует пресс-канцелярия Госсовета КНР. В ее непосредственном подчинении находятся все центральные

информационные агентства, издательства, телевидение, ключевые интернет-порталы [4]. Пресс-канцелярия занимается внешней пропагандой, координирует направленную на зарубежную аудиторию китайскую пропаганду, сглаживает возникающие трения или противоречия.

В мае 2011 года в КНР создана Госканцелярия по вопросам информации в Интернете – первая в стране организация, специально занятая контролем за Интернетом и блокирующая сайты, распространяющие нежелательные для официального Пекина сведения [3]. Новое ведомство отвечает также за административное лицензирование бизнес-проектов, связанных с Интернетом, следит за развитием игровой индустрии в Сети [2]. Многие эксперты убеждены, что создание Госканцелярии направлено на профилактику интернет-революций по арабскому сценарию [17].

При Информационном агентстве Госсовета было создано Административное бюро по пропаганде в Интернете. Бюро занимается осуществлением важных направлений политики Китая – внедрением «электронного правительства» и осуществлением пропаганды [8]. Главным государственным учреждением, осуществляющим онлайн-мониторинг, является Министерство государственной безопасности (МГБ) [15].

В целях противодействия стихийному формированию образа страны в Китае создана мощная государственная система ведения информационного противоборства, которая позволяет осуществлять массированное применение сил и средств в нужное время. Важными госструктурами являются Исследовательское бюро при Госсовете КНР и Системно-аналитический центр Министерства государственной безопасности. Китайская система ведения информационного противоборства наиболее эффективно действует в финансовой сфере. Она получает информацию от диаспор различных стран мира и разведки. Осуществляется тотальный контроль за СМИ стран тихоокеанского региона. Значительное число СМИ (газет, теле- и радиоканалов) приобретены агентами и офицерами китайской разведки. Посредством контролируемых СМИ осуществляются активные комплексные информационно-психологические операции.

Помимо этого, в указанную деятельность вовлечены некоторые министерства и ведомства, выполняющие свои, строго определенные функции. Министерство внутренних дел занимается блокировкой нежелательных для китайских пользователей, с точки зрения китайских властей, зарубежных сайтов. МВД разработало и внедрило мощную систему фильтрации информации [15]. Численность киберполицейских, занимающихся контролем интернет-пространства, превышает 30 тыс. человек. Министерство государственной безопасности Китая осуществляет наблюдение за пользователями, мониторинг сайтов, оперативно-розыскную деятельность, привлечение к ответственности правонарушителей.

Министерство государственной безопасности Китая осуществляет наблюдение за пользователями, мониторинг сайтов, оперативно-розыскную деятельность, привлечение к ответственности правонарушителей. Министерство общественной безопасности тщательно следит за содержанием интернет-контента, удаляет нежелательные материалы, блокирует доступ к ним с территории Китая. Министерство промышленности и информатизации осуществляет контроль телекоммуникационной инфраструктуры (Интернет и мобильные телефоны), лицензирование частных провайдеров, наблюдение за техническими системами цензуры [17].

Согласно отчёту 2007 года «Путешествие к сердцу интернет-цензуры», подготовленному китайским программистом под псевдонимом Mr. Тао, также функции надзора информационных потоков в КНР выполняет еще ряд организаций: Административное бюро интернет-пропаганды, Центр изучения общественного мнения при Информационной службе Госсовета КНР, Бюро информации и общественного мнения, Интернет-бюро, Бюро компьютерного наблюдения и надзора, Министерство промышленности и информатизации, Министерство иностранных дел КНР, Центр уведомлений о публикации незаконной информации при Министерстве внутренних дел КНР [19]. Эти службы занимаются надзором и регулированием информационных потоков в Интернете, а также отслеживанием общественного мнения относительно представлений и Китае.

Согласно исследованию проекта Open Net Initiative, организованного общими усилиями специалистов юридической школы Гарварда и университетов Кембриджа, Оксфорда и Торонто, цензуру китайского Интернета осуществляют также Министерство телекоммуникаций, Министерство культуры, Министерство коммерции, Министерство общественной безопасности, Комитет по государственной тайне [5].

Что касается медиаинститутов, в КНР их огромное количество. Китай обладает мощной пропагандистской машиной — в стране функционируют около 700 ТВ-станций, около 1000 радиостанций, более 7000 газет и журналов [13]. Однако рассмотрим только наиболее влиятельные из них.

Важную роль во внешнеполитической и внутривнутриполитической пропаганде КНР играет крупнейший центр информации и пресс-конференций в КНР - государственное информационное агентство «Синьхуа», которое входит в десятку ведущих мировых агентств. «Синьхуа» официально входит в структуру Министерства государственной безопасности КНР. Агентство представляет собой официальный источник информации, находится в прямом подчинении Госсовета КНР (во многом аналог существовавшего в СССР информационного агентства ТАСС) [13].

В настоящее время китайское информационное агентство «Синьхуа» является источником абсолютно всех новостей внутри Китая и практически всех новостей о Китае, которые передают зарубежные СМИ. Агентство осуществляет централизованный контроль над процессами информирования китайской национальной аудитории и международной общественности обо всех аспектах жизни в КНР [14]. Основная задача «Синьхуа» остаётся прежней – пропаганда компартии, распространение точки зрения компартии и поддержание монополии партии на информацию. Все корреспонденты агентства, как и десятилетия назад, проходят жёсткую идеологическую обработку, и можно без преувеличения сказать, что «Синьхуа» является «глазами, ушами и голосом» компартии [1].

В 1999 г. был запущен информационный сервер «Синьхуа» – сайт [www.xinhuanet.com](http://www.xinhuanet.com). Публикует информацию на китайском, английском, русском, французском, испанском, немецком, японском и арабском языках. Ежедневно на одном лишь английском языке размещается более 600 сообщений. Примечательно, что сообщения об одних и тех же событиях на разных языковых лентах могут иметь неодинаковые акценты и существенно отличаться друг от друга [6].

В 1947 году в качестве отдела иновещания радиостанции «Синьхуа» было создано Международное радио Китая («China Radio International»), которое позднее трансформировалось в самостоятельную медиаструктуру. На сегодняшнее время это одна из крупнейших в мире медиаструктур, которая не только готовит радиопрограммы, но и занимается выпуском телепередач и печатных изданий, ведёт мобильное и интернет-вещание [10]. Международное радио Китая вещает на 62 языках мира, располагает 40 зарубежными корреспондентскими пунктами и представительствами. Радиостанция имеет около 60 дочерних зарубежных радиостанций и 15 радишкол Конфуция, 18 каналов интернет-радио [10].

Важное место среди медиаинститутов, формирующих внешнеполитический имидж КНР, занимает китайская ежедневная газета, официальное печатное издание ЦК КПК «Жэньминь жибао». Газета «Жэньминь Жибао» является одной из ведущих газет в мире и самой влиятельной газетой в Китае. Она выходит на китайском, русском, английском, японском, французском, испанском, арабском, монгольском, тибетском, уйгурском, казахском, корейском, носу и чжуанском языках [7]. Веб-сайт газеты «People's Daily Online» занимает место самого крупного информационного сайта на китайском языке в сети Интернет. Со дня создания сайта в 1997 году газета поставила задачу «передать миру голос Китая», сформировать его положительный образ [14].

В 1997 году холдинг «Жэньминь жибао» запустил сайт [www.people.com.cn](http://www.people.com.cn) – крупнейший информационный портал КНР (ежедневная посещаемость до 150 млн раз). На

нем публикуются материалы на 14 иностранных языках, включая русский, английский, японский, корейский, французский, испанский и арабский. В подготовке статей участвует более тысячи корреспондентов газеты, работающих в 70 корпунктах во всем мире, крупнейшие из которых – в США и Японии [6].

В 1981 году была основана китайская ежедневная общественно-политическая газета China Daily. В настоящее время China Daily является газетой с самым большим тиражом на английском языке, которая издаётся в КНР (более 500,000 экземпляров, часть из них - за рубежом). Офисы открыты во всех крупных городах Китая, а также в Нью-Йорке, Вашингтоне и Лондоне. Специальные выпуски газеты публикуются в США, Гонконге и Европе [18]. Онлайн-версия газеты «China Daily» – [www.chinadaily.com.cn](http://www.chinadaily.com.cn) - стала первым в КНР информационным интернет-сайтом, ориентированным на иностранную аудиторию. Ежедневно публикуется более 1600 сообщений на китайском и английском языках, которые просматривают более 5 млн пользователей (60% – зарубежных) [6].

В 1952 г. основано Китайское агентство новостей «Чжунго Синьвэнь» («China News Service»). CNS с самого ее создания была ориентирована на информационную работу с соотечественниками на Тайване, в Гонконге и Макао, а также с китайской диаспорой в странах Юго-Восточной Азии. В настоящее время отделения CNS имеются в Токио, Бангкоке, Куала-Лумпуре, Вашингтоне, Нью-Йорке, Лос-Анджелесе, Сан-Франциско, Ванкувере, Лондоне, Париже, Сиднее и Москве. Издательства находятся в Пекине, Гонконге и Нью-Йорке.

Важным каналом пропаганды и формирования позитивного образа КНР является телевидение. Лидером среди ТВ-станций является Центральное телевидение Китая ССТV [16]. Через спутники ССТV-4 (международный канал), ССТV-9 (канал на английском языке) и ССТV-16 (канал на испанском и французском языках) информация транслируется по всему миру. ССТV создало программные телецентры во многих городах и открыло сеть телемагазинов, охватывающую 36 стран мира и имеющую программы от 145 компаний. ССТV сотрудничает с 208 телевизионными организациями 134 стран мира [9]. ССТV является одной из самых важных организаций для пропаганды в отрасли телевидения, оно дает огромное пространство для обмена информацией и культурой, играет заметную роль в распространении новостей, популяризации общественного образования, предоставлении разнообразных услуг и развлечений [9].

**Выводы.** Таким образом, можно сделать вывод о том, что формированием внешнеполитического имиджа Китая занимается целый комплекс государственных и медийных институтов. Каждый из них, с одной стороны, имеет свой профиль, с другой — эти разграничения часто оказываются весьма условными, и функции целого ряда

госструктур зачастую дублируются. Вся деятельность институтов внутри страны и за ее рубежами ведется в соответствии с указанием партии и под ее пристальным вниманием. Все это способствует целенаправленному, подконтрольному формированию внешнеполитического имиджа Китая.

### Список литературы

1. Агентство «Синьхуа» – крупнейший в мире инструмент пропаганды [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.epochtimes.com.ua/ru/china/politics/agentstvo-synhua-krupnejshyj-v-myre-ynstrument-propagand-95350.html>
2. Блогеры-тысячники КНР теперь не клеветают [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.memoid.ru/node/Internetcenzura\\_v\\_KNR](http://www.memoid.ru/node/Internetcenzura_v_KNR)
3. Габуев А. Китай усилит администрирование сети // Коммерсантъ. – 2011. - 5 июня.
4. Газета «Женьминь Жибао» является шпионской структурой китайской компартии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.epochtimes.com.ua/ru/china/human-rights/gazeta-zhenmyn-zhybao-javljaetsja-shpyonskoj-strukturoj-kytajskej-kompartyy-89249.html>
5. Довбуш Е. Китайский Интернет – сеть за Великой стеной // Великая эпоха. – 2010. – 3 июня [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.epochtimes.com.ua/ru/china/society/kytajskeyj-ynternet-set-za-velykoj-stenoj-92706.html>
6. Евдокимов Е. Политика Китая в глобальном информационном пространстве // Международные процессы. – 2011. – Т. 9. – № 1(25). – январь-апрель [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.intertrends.ru/twenty-fifth/009.htm>
7. Жэньминь жибао [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%C6%FD%ED%FC%EC%E8%ED%FC\\_%E6%E8%E1%E0%E0](http://ru.wikipedia.org/wiki/%C6%FD%ED%FC%EC%E8%ED%FC_%E6%E8%E1%E0%E0)
8. Интернет в Китае. Справка [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ria.ru/world/20100113/204310750.html>
9. Китайское Центральное ТВ в системе национального телевидения [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/123>
10. Международное радио Китая [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Международное\\_радио\\_Китая](http://ru.wikipedia.org/wiki/Международное_радио_Китая)
11. Отдел пропаганды ЦК КПК устроил День открытых дверей для сотрудников дипкорпуса, аккредитованного в Китае [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://russian.china.org.cn/news/txt/2012-05/25/content\\_25472421.htm](http://russian.china.org.cn/news/txt/2012-05/25/content_25472421.htm)

12. Панарин И.Н. Структура китайских спецслужб [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin\\_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/32](http://propagandahistory.ru/books/Igor-Panarin_SMI--propaganda-i-informatsionnye-voyny/32)
13. Рожков И.Я. Имиджи Китая в контексте PR и рекламы : учебное пособие. — М. : МГИМО(У) МИД России, 2006. – С. 1-60.
14. Федякин А.В. Китайская модель политики формирования позитивного образа государства [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://new.philos.msu.ru/uploads/media/15\\_Fedjakin\\_A.\\_V.\\_Kitaiskaja\\_model\\_politiki\\_formirovanija\\_pozitivnogo\\_obraza\\_gosudarstva.pdf](http://new.philos.msu.ru/uploads/media/15_Fedjakin_A._V._Kitaiskaja_model_politiki_formirovanija_pozitivnogo_obraza_gosudarstva.pdf)
15. Цензура Интернета в Китае [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.content-filtering.ru/allinet/regulinet/regulinet\\_249.html](http://www.content-filtering.ru/allinet/regulinet/regulinet_249.html)
16. Центральное телевидение Китая углубляет диалог с партнерами [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.cntv.ru/2013/10/17/ARTI1381973774349196.shtml>
17. Чернобай А.И. Противодействие распространению негативной информации в сети Интернет: опыт Китая // Идеологические аспекты военной безопасности. – 2011. - № 3. – С. 44-48.
18. China Daily [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/China\\_Daily](http://ru.wikipedia.org/wiki/China_Daily)
19. Journey to the heart of Internet censorship. — Reporters Without Borders – 10 октября. – 2007 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://en.rsf.org/IMG/pdf/Voyage\\_au\\_coeur\\_de\\_la\\_censure\\_GB.pdf](http://en.rsf.org/IMG/pdf/Voyage_au_coeur_de_la_censure_GB.pdf)

**Рецензенты:**

Микиевич М.Н., д.э.н., профессор, профессор кафедры международных отношений Львовского национального университета имени Ивана Франко, г. Львов.

Захарченко О.И., д.э.н., профессор, профессор кафедры международных отношений Одесского национального университета имени И.И. Мечникова, г. Одесса.