Сергей Викторович Венидиктов

Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь

[tv.lab.mogilev@gmail.com](mailto:tv.lab.mogilev@gmail.com)

**Пропаганда и информационная конфронтация в медиасфере Китая**

Приводятся характеристики информационного диалога Китая с государствами Запада, особенности пропагандистской деятельности СМИ как фактора национальной консолидации, формирования положительного внешнего имиджа КНР, достижения информационного суверенитета в условиях медийной конфронтации.

Ключевые слова: Китай, СМИ, пропаганда, «мягкая сила», имидж.

Информационный диалог Китая с ведущими государствами Запада дает Пекину возможность реализовывать лозунг внешней пропаганды «Позволить миру понять Китай и позволить Китаю выйти за пределы». Для ведущих информационных агентств мира новости из КНР являются востребованными, «оказывая все большее влияние на политику, экономику и культуру не только [западных] стран, но и всего мирового сообщества» [1: 3].

Ряд важнейших явлений в жизни Китая получает различные оценки в национальных и зарубежных СМИ. В первую очередь, это касается проблемы сепаратизма в Тибете и на Тайване, которая вынуждает руководство страны постоянно апеллировать к военной силе и негативно отражается на внешнем имидже. Например, во время беспорядков в Тибете в 2008 г. правительство КНР наложило запрет на предоставление информации зарубежным СМИ. Источником новостей для мировой общественности было Тибетское правительство в изгнании (Индия), что предопределило негативную тональность по отношению к власти КНР в мировых СМИ. Недовольство искажениями информации и многочисленными фактами фальсификации новостей из Тибета в зарубежных медиа привело к созданию сайта www.anti-cnn.com, где размещались примеры искажений с требованиями опровержения. Извинения поступили от телеканалов RTL и N-TV (Германия), газеты Washington Post (США). Ошибки были учтены при организации информационного сопровождения межэтнического конфликта в Синьцзян-Уйгурском автономном районе (2009 г.), когда по указанию правительства был развернут оперативный пресс-центр с доступом для иностранных журналистов.

С 2003 года действует проект «Золотой щит» (или «Великий китайский файрвол»), регулирующий и ограничивающий интернет. В качестве примеров цензуры приведем блокировку в китайском сегменте Сети имени американского политика Хиллари Клинтон, которая обвинила Пекин в нарушении принципов свободного Интернета, запрет на ввод пользователями слов типа «демонстрация» и «равноправие», закрытие доступа к сайтам американских университетов. Показательна история с выходом на китайский рынок компании «Google», которая была вынуждена подстроить свои поисковые системы под требования безопасности КНР. Этот вопрос в 2009–2010 годах получил политический подтекст, проиллюстрировав глобальное расхождение Вашингтона и Пекина: «На фоне усиления контроля Пекина за китайским сегментом интернета и его способности транслировать свою информацию по Всемирной сети происходит сокращение влияния Вашингтона на процессы в интернете и на размещаемую там информацию» [2: 77].

Существование мощного фильтра информации в лице государства приводит к тому, что диалог между СМИ и аудиторией становится опосредованным, традиционная модель коммуникационного акта растягивается, включая в себя создающие дополнительный «медийный шум» звенья. Подконтрольность государству, существование «информационного заслона» становится причиной следующей тенденции: «Половинчатая информированность [сеет] недоверие к официальной пропаганде [порождает] отчуждение людей от принятия решений» [3: 328]. Однако снижение уровня доверия граждан Китая к национальным СМИ не носит массового характера: средний представитель китайского общества склонен некритично воспринимать информацию в любых СМИ, поддерживать тиражируемые медиа оценки и инициативы.

Наряду с расширением влияния на зарубежную аудиторию, формированием благоприятного внешнего имиджа, информационная политика КНР направлена на нейтрализацию нежелательных посылов западных корпораций («культурно-информационная экспансия превратилась в главное оружие Соединенных Штатов при нанесении “мягкого удара” по Китаю» [4: 24]). В значительной степени подобная потребность объясняет и жесткую государственную политику в области СМИ, и реализацию концепции «мягкой силы» во внешнем вещании, и стремление сохранить культурно-историческую идентичность, информационный суверенитет в условиях глобализации коммуникационного пространства.

Литература

1. Агапов А. А. Особенности информационного диалога Китая и ведущих англо-саксонских стран (на примере Великобритании и США) в XIX-XXI вв.: автореф. дис. … канд. полит. наук. М., 2013.

2. Евдокимов Е. Политика Китая в глобальном информационном пространстве // Международные процессы. 2011. Т. 9. № 1 (23). С. 74–83.

3. Сюцзюань У. Китайские средства массовой информации в ходе трансформации общества: тенденции и проблемы // Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2008. Вып. 3. Ч. II. С. 325–329.

4. Шугаев А. В. Национальные особенности системы внешней пропаганды КНР (на примере телевизионных программ) // Вестник ЧитГУ. 2010. № 10 (67). С. 24–28.