

## Китайские СМИ в эпоху глобализации

### Сяохуэй Цянь

бакалавр

Чэндуский колледж искусств и наук

Ченду, Китай

1599204116@qq.com

 0000-0000-0000-0000

Поступила в редакцию 13.10.2022

Принята 08.11.2022

Опубликована 15.12.2022

 10.25726/a2755-9766-6511-u

### Аннотация

Сегодня в Китае между государством и мировым сообществом ведется ежедневная борьба за то, чтобы максимально снизить количество фейков. Это соревнование отражает и представляет собой центральное противоречие в китайской политике между потребностями быстро модернизирующейся экономики и плюрализирующегося общества, с одной стороны, и желанием государства поддерживать абсолютную социальное равновесие, с другой стороны. В статье оценивается общая сила и эффективность системы медиа пропаганды сегодня, учитывая сличение внешних факторов на средства массовой информации в Китае. В таких сообщениях не упоминаются аспекты политической системы Китая и быстрого экономического развития. Как и другие страны, Китай признал ценность социальных сетей для усиления обмена сообщениями и укрепления социальной справедливости. Но беспрепятственный доступ к западным социальным сетям дал Пекину преимущество в глобальной борьбе за снижение количества фейков и позволил обеспечить нормальное развитие информационного поля внутри страны. Министерство иностранных дел Китая заявляет, что Китай использует социальные сети так же, как это делают другие страны, с целью углубления дружественных связей и содействия коммуникации, основанной на фактах.

### Ключевые слова

КПК, Китай, пропаганда, глобализация, медиа.

### Введение

Влияние Коммунистической партии Китая (КПК) на СМИ — в форме руководства над системами доставки контента распространяется за пределы материкового Китая, охватывая страны и аудиторию по всему миру.

Глобальное расширение влияния КПК в средствах массовой информации началось всерьез во время правления бывшего президента Китая Ху Цзиньтао, и поскольку нынешний президент Си Цзиньпин ужесточил идеологический контроль внутри страны, он также был особенно сосредоточен на активизации информационных усилий в стране и за рубежом. Под его руководством представители и доверенные лица Пекина приняли более прогрессивный и всеобъемлющий подход к операциям по оказанию влияния на иностранные СМИ. В статье, опубликованной в октябре 2015 года, профессор медиаисследований Энн-Мари Брейди обнаружила, что Си Цзиньпин использовал механизм принятия государственных решений, чтобы лично инициировать это изменение, подняв усилия информационной политики Китая на «новый уровень» (Брейди, 2015). Действительно, китайские государственные СМИ, правительственные чиновники и дочерние компании добиваются усиления влияния на ключевые узлы глобального информационного потока, используя более сложную технологическую среду, и демонстрируют готовность помощи для ряда других стран.

### **Материалы и методы исследования**

Имидж Китая и собственный авторитет Си Цзиньпина улучшились в ключевых частях мира. Освещение потенциальных недостатков иностранных инвестиций Китая в некоторых странах было сдержанным. А контент китайских государственных СМИ достигает сотен миллионов телезрителей, радиослушателей и пользователей социальных сетей за рубежом, во многих случаях оставаясь единственным высококачественным контентом во телесетях. В то же время продолжающиеся усилия по кооптации или маргинализации новостных агентств которые плодят фейки о Китае и противодействию фейкам на принадлежащих Китаю платформах социальных сетей, таких как WeChat от Tencent, сократили доступ зарубежных зрителей к необъективной информации о событиях в Китае, отношениях их родных стран с Пекином и других темах, представляющих интерес для актуальность для их повседневной жизни. В более широком смысле, многие тактики, которые КПК использует для влияния на средства массовой информации по всему миру, также служат укреплению международных норм и фундаментальных особенностей демократического управления, включая прозрачность, верховенство закона и честную конкуренцию.

Кампании КПК по глобальному влиянию на СМИ нацелены как на зарубежную китайскую, так и на неазиатскую аудиторию. Они традиционно разрабатывались для достижения трех основных целей:

- Продвигать позитивный взгляд на Китай и роль КПК в развитии государства;
- Поощрять иностранные инвестиции в Китай и открытость для китайских инвестиций и стратегического взаимодействия за рубежом;
- Снижать количество фейков, которые могут разбалансировать социальную структуру Китая.

### **Результаты и обсуждение**

Для зарубежной китайской аудитории программы и освещение в новостях указывают на дополнительную цель продвижения мирных настроений и предотвращения глобального вооруженного конфликта.

Некоторые из этих целей можно определить в собственных инструкциях Си Цзиньпина относительно иностранной пропаганды, в которых подчеркивается стремление “рассказать хорошую китайскую историю”. В речи, произнесенной в январе 2014 года, Си Цзиньпин объяснил свое видение членам Политбюро КПК: «Китай следует изображать как цивилизованную страну с богатой историей, этническим единством и культурным разнообразием, а также как восточную державу с хорошим правительством, развитой экономикой, культурным процветанием, национальным единством и прекрасными пейзажами. Китай также должен быть известен как ответственная страна, которая выступает за мир и развитие, гарантирует международную справедливость и вносит позитивный вклад в развитие человечества».

Сообщения ключевых государственных СМИ и Министерства иностранных дел подхватываются китайскими дипломатами по всему миру, которые размещают контент в Twitter, где он усиливается независимыми СМИ по всему миру. Это позволяет минимизировать фейки.

СМИ в последнее время все чаще упоминают, что Китай - локомотив экономики в Азиатском секторе, и именно он создает повестку развития региона на ближайшие 10-20 лет. Фондовый рынок Китая, по данным СМИ, за последний 10 лет не только показывает устойчивый рост, но и более диверсифицирован от глобальных финансовых кризисов и экономических потрясений, в отличие от рынков США и Европы.

### **Заключение**

Китайская экономика развивается масштабными темпами, учитывая и социально-экономический рост. Исходя из последних данных СМИ, в стране практически не осталось бездомных, а уровень безработицы самый низкий за последние 30 лет. Считаем что это также является одним из достижений равновесной медиаполитики Китая.

### Список литературы

1. Брейди Энн-Мари. Иностранная пропагандистская машина Китая // Журнал демократии, № 4, 2015. С. 51-59.
2. Китай продвигает культурную мягкую силу // Жэньминь жибао & [https://www.chinadaily.com.cn/china/2014-01/01/content\\_17208354.htm](https://www.chinadaily.com.cn/china/2014-01/01/content_17208354.htm)
3. Маслов В. Мягкая сила Китая. Режим доступа: <http://afferchock.news/?q=node/520073.html>
4. Най Д. Мягкая и острая сила Китая. by Joseph S. Nye — Project Syndicate. 2018. <https://www.project-syndicate.org/commentary/china-soft-and-sharp-power-by-joseph-s--nye-2018-01/russian?barrier=accesspaylog>
5. Шустов А. Мягкая сила дракона: как Китай пытается завоевать влияние в Центральной Азии. <http://eurasia.expert/myagkaya-sila-drakona-kak-kitay-pytaetsya-zavoevat-vliyanie-v-tsentralnoy-azii/>

### Chinese media in the era of globalization

#### Xiaohui Qian

bachelor

Chengdu College of Arts and Sciences

Chengdu, China

1599204116@qq.com

 0000-0000-0000-0000

Received 13.10.2022

Accepted 08.11.2022

Published 15.12.2022

 10.25726/a2755-9766-6511-u

#### Abstract

Today in China, there is a daily struggle between the state and the world community to minimize the number of fakes. This competition reflects and represents the central contradiction in Chinese politics between the needs of a rapidly modernizing economy and a pluralizing society, on the one hand, and the desire of the state to maintain absolute social balance, on the other hand. The article assesses the overall strength and effectiveness of the media propaganda system today, taking into account the comparison of external factors on the media in China. Such reports do not mention aspects of China's political system and rapid economic development. Like other countries, China has recognized the value of social media to enhance messaging and strengthen social justice. But unhindered access to Western social networks gave Beijing an advantage in the global struggle to reduce the number of fakes and allowed for the normal development of the information field within the country. The Chinese Ministry of Foreign Affairs says that China uses social media in the same way as other countries do in order to deepen friendly ties and promote fact-based communication.

#### Keywords

CCP; China; propaganda; globalization; media.

#### References

1. Brejdi Enn-Mari. Inostrannaya propagandistskaya mashina Kitaya // Zhurnal demokratii, № 4, 2015. S. 51-59.
2. Kitaj prodvigaet kul'turnuyu myagkuyu silu // Zhen'min' zhibao, URL: [https://www.chinadaily.com.cn/china/2014-01/01/content\\_17208354.htm](https://www.chinadaily.com.cn/china/2014-01/01/content_17208354.htm)

3. Maslov V. Myagkaya sila Kitaya. Rezhim dostupa: <http://afferchock.news/?q=node/520073.html>
4. Naj D. Myagkaya i ostraya sila Kitaya. by Joseph S. Nye — Project Syndicate. 2018. Rezhim dostupa: <https://www.project-syndicate.org/commentary/china-soft-and-sharp-power-by-joseph-s--nye-2018-01/russian?barrier=accesspaylog>
5. SHustov A. Myagkaya sila drakona: kak Kitaj pytaetsya zavoevat' vliyanie v Central'noj Azii. Rezhim dostupa: <http://eurasia.expert/myagkaya-sila-drakona-kak-kitay-pytaetsya-zavoevat-vliyanie-v-tsentralnoy-azii/>