

# COVID-19. КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ

## COVID-19. COMMUNICATION PRACTICES

УДК 070.1, 070.15

DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(1).59-75

Научная статья



### Иновещание как инструмент публичной дипломатии КНР в эпоху COVID-19 (на примере деятельности информационного агентства «Синьхуа»)

Бутырин Д.А. , Аргылов Н.А. Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток, Российская ФедерацияАвтор, ответственный за переписку: Бутырин Д.А., [www1979@mail.ru](mailto:www1979@mail.ru)

**Аннотация.** На протяжении последних лет КНР активно стремится к мировому лидерству, но усилению позиций на международной арене Китаю сегодня мешают опасения государств, вызванные страхом перед «китайской угрозой» и пандемией COVID-19. С целью зарекомендовать себя как мирного и ответственного участника международных отношений Китай использовал «мягкую силу» публичной дипломатии. «Мягкая сила» публичной дипломатии ориентирована на диалог с зарубежным общественным мнением, установление доверительных отношений, являющихся залогом международного сотрудничества, продвижение национальных интересов и ценностей, и как нельзя лучше символизируется международными СМИ. Одним из инструментов публичной дипломатии и китайского «мягкого» влияния стало информационное агентство «Синьхуа», вещающее на международную аудиторию. Агентство «Синьхуа» сегодня является ведущим провайдером новостного онлайн-контента в КНР. В ходе исследования авторы приходят к выводу, что деятельность «Синьхуа» не способна существенно улучшить положительный образ страны. Позиционируя себя как партийное СМИ, выполняющее идеологические и информационные функции государственного информационного агентства, «Синьхуа» занимается не только популяризацией контента о достижениях КНР в политической, социальной и культурной сферах, но и дискредитацией тех политических сил на Западе, которые Китай рассматривает как враждебные ему. В этих условиях «публичная дипломатия» непременно превращается в обычную государственную пропаганду, что негативно сказывается на международном имидже Китая. Косвенной причиной сложившейся ситуации стало использование КНР «мягкой силы» публичной дипломатии в целях манипулирования общественным сознанием за рубежом в борьбе с вмешательством извне во внутренние дела государства и политическим давлением стран Запада и угрозами национальным интересам.

**Ключевые слова.** «Синьхуа», имидж, иновещание, информационное агентство, Китай, «мягкая сила», пропаганда, Россия, США.

**Информация о статье.** Дата поступления 19 ноября 2021; дата поступления после доработки 15 января 2022 г.; дата принятия к печати 16 января 2022 г.; дата онлайн-размещения 6 апреля 2022 г.

Original article

## Broadcasting as an Instrument of Public Diplomacy in the PRC in the Era of COVID-19 (on the Example of the Xinhua News Agency)

Dmitry A. Butyrin ✉, Nikita A. Argylov 

Far Eastern Federal University,  
Vladivostok, Russian Federation

Corresponding author: Dmitry A. Butyrin, e-mail: [www1979@mail.ru](mailto:www1979@mail.ru)

---

**Abstract.** Over the past few years, the PRC has been actively striving for world leadership, but China's strengthening of its positions in the international arena is hindered by the fear of the «Chinese threat» and the COVID-19 pandemic. In order to establish itself as a peaceful and responsible participant in international relations, China has used the soft power of public diplomacy.

The «soft power» of public diplomacy aims at dialogue with foreign public opinion, the establishment of trusting relationships that are the key to international cooperation, promotion of national interests and values that is best represented by international media. One of the instruments of public diplomacy and Chinese «soft» influence has become the Xinhua News Agency, which broadcasts to an international audience. Xinhua News Agency is today the leading provider of online news content in the PRC.

In the course of the research, the author concluded that the activities of Xinhua are not able to improve significantly the positive image of the country. Positioning itself as a party media that performs the ideological and informational functions of a state news agency, Xinhua is not only promotes content about the achievements of the PRC in the political, social and cultural spheres, but also discredits those political forces in the West that China views as hostile. Under these conditions, public diplomacy will certainly turn into ordinary state propaganda, which negatively affects China's international image.

**Keywords.** Xinhua, image, foreign broadcasting, news agency, China, soft power, propaganda, Russia, USA.

**Article info.** Received November 19, 2021; revised January 15, 2022; accepted January 16, 2022; available online April 6, 2022.

---

### Введение

Пандемия COVID-19 стала причиной ухудшения международного имиджа КНР в мировом сообществе и обусловила необходимость использования в качестве инструментов «мягкой силы» публичной дипломатии СМИ для восстановления репутации в мировой политике. Информационное агентство «Синьхуа» в условиях жестких мер противодействия распространению опасного

вируса, идеологического и информационного противостояния с политическими оппонентами продвигает идею уникальности КНР и конструирует ее образ как мировой державы, играющей ведущую роль в международной политике. Данная медиаорганизация официально является структурой, входящей в Министерство государственной безопасности КНР. Информационное агентство «Синьхуа» создало сеть сбора но-

востной информации, охватывающую весь мир, и сформировавшую многоязычную, мультимедийную и многоканальную систему выпуска новостей, которая объединяет службы информационных агентств, газетные, телевизионные и экономические службы [1, р. 3–4].

Цель нашей статьи: оценить эффективность использования «мягкой силы» публичной дипломатии КНР через иновещание на примере информационного агентства «Синьхуа» в восстановлении международного имиджа Китая в эпоху пандемия COVID-19.

Материалом данного исследования послужили сообщения новостных лент русскоязычного сайта информационного агентства «Синьхуа». В ходе исследования были использованы научные работы зарубежных и российских исследователей, таких как А.О. Наумов [2], А.В. Будаев [3], Е.Л. Вартанова [4; 5], Г.И. Ганьшина [6], М.Д. Лагуткина [7], Н.В. Ткачева [8], Ли [9], Пабло Моралеса (Morales P.) [10], Синь Синь (Xin X) [11], Кевин Зию Лю (Ziyu Liu) [12], Юмен Ло (Yumeng Luo) и Тереза Харрисон (Teresa Harrison) [13].

### **Роль «мягкой силы» публичной дипломатии в реализации имиджевой политики КНР**

В 2000-х гг. публичная дипломатия Китая становится инициативой государства, направленной на усиление политики «мягкой силы» (англ. *soft power*). Теоретическими основами «мягкой силы» КНР стали внешнеполитическая стратегия «гармоничного мира совместного процветания», нацеленная на обеспечение национальных интересов

страны, ее целостности и стабильности, созданная шестым председателем КНР Ху Цзиньтао, и концепция «мягкой силы» американского политолога Дж. Ная [14, р. 274].

Главный смысл концепции Дж. Ная заключается в том, что инструменты «мягкой силы» позволяют государству достичь желаемых результатов во внешнеполитической деятельности. Они базируются не только на достижениях государства в политических и экономических областях, но и в «духовной культуре и интеллектуальной сфере» и способствует усилению влияния государства на основе его позитивного имиджа. К инструментам «мягкой силы» можно отнести публичную дипломатию, инвестиционную деятельность за рубежом, гуманитарные акции, популяризацию культурно-исторического наследия и языка за рубежом, которые являются залогом доверительных отношений между странами и международного сотрудничества. Именно поэтому в современном мире внешнеполитический потенциал государства измеряется не военной мощью, «твердой силой» (англ. *hard power*), а привлекательностью его модели развития, умением на принципах взаимовыгодного сотрудничества и максимальной интеграции обретать союзников и избегать международной изоляции [ibid, р. 7].

Концепция «мягкой силы» Дж. Ная была успешно адаптирована к китайским реалиям и особенностям менталитета. В 2007 г. термин «мягкая сила» был закреплен в программных документах XVII съезда КПК (Коммунистическая партия Китая).

В последние годы «мирное возвышение» Китайской Народной Республики состоялось благодаря не только международной политике, в

основе которой было стремление Пекина укрепить дружбу и сотрудничество с другими странами и соседними регионами, но и использованию «мягкой силы». Одна из основных ее задач — создание привлекательного образа страны за рубежом — была достигнута информационной и идеологической деятельностью акторов публичной дипломатии Центрального телевидения Китая (CCTV), информационного агентства «Синьхуа», Международного радио Китая [15, p. 274].

Как отмечал в одном из своих выступлений председатель КНР Си Цзиньпин: «Мы уделяем особое внимание формированию национального имиджа страны. Он ориентирован на отображение образа великой цивилизованной страны с глубокой историей, разнообразными этническими группами и разнообразными, гармоничными культурами. Мы будем поддерживать имидж ответственной державы, которая будет способствовать общему развитию, поддерживать международную справедливость и вносить свой вклад в развитие человечества»<sup>1</sup>.

Многие исследователи в области международных отношений предполагали, что в будущем КНР имеет все шансы стать одним из лидеров в области применения «мягкой силы» на международной арене, если в ближайшие годы в ход событий не вмешаются непредвиденные обстоятельства [2, с. 162].

11 марта 2020 г. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) объявила эпидемию коронавируса нового типа пандемией (COVID-19),

которая началась с обнаружения в городе Ухань провинции Хубэй центрального Китая первых случаев пневмонии неизвестного происхождения у жителей, связанных с местным рынком. Несмотря на то, что город Ухань был полностью изолирован к 27 декабря 2019 г., в первых числах января 2020 г. COVID-19 был обнаружен в 14 странах мира. Жертвами пандемии стали тысячи человек в мире. Пандемия COVID-19 оказалась самым глобальным явлением 2020 г., ставшим причиной мирового экономического кризиса [16, p. 10].

С началом пандемии COVID-19 ухудшились отношения КНР со многими странами. Десятилетиями выстраиваемый международный имидж страны оказался под угрозой. Президент США Дональд Трамп одним из первых мировых лидеров выступил с резкой критикой Китая в связи с распространением по миру новой коронавирусной инфекции COVID-19 [ibid, p. 9].

Для противодействия манипулятивным приемам, используемым международными СМИ в политических целях, находясь под общественным давлением, Китай начал использовать информационные инструменты глобального медиаприсутствия и публичной дипломатии. Важную роль в преодолении негативного отношения к КНР в мире сыграло информационное агентство правительства КНР «Синьхуа», усилившее свое присутствие в интернете благодаря новым цифровым технологиям [17].

Реанимация международного имиджа КНР проходила в условиях обострения конфронтации между Китаем и Соединенными Штатами Америки, которые обвинили китайское правительство в распростра-

<sup>1</sup> Создание «мягкой силы» Китая // Xinhua. URL: [http://www.xinhuanet.com/politics/2013-12/31/c\\_118788013.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2013-12/31/c_118788013.htm) (дата обращения: 05.12.2021).

нении коронавирусной инфекции COVID-19. Опровергая выдвинутое обвинение, Китай использовал программы мягкой силы в качестве инструментов «острой силы» и новую коммуникационную стратегию, получившую название «дипломатия "волна-волка"».

### **Особенности освещения пандемии в КНР информационным агентством «Синьхуа»**

Сегодня информационное агентство «Синьхуа» является ведущим провайдером новостного онлайн-контента о КНР, рассчитанного как на зарубежную, так и на отечественную аудиторию. Наиболее популярными являются сайты «Синьхуа» *xinhuanet.com* (на китайском языке), *russian.news.cn* (на русском языке), *xinhuanet.com* (на английском языке). Благодаря модернизации автоматизированных систем перевода и новым технологиям языковой локализации контента пользователям сегодня доступны специализированные онлайн-сервисы агентства на французском, испанском, арабском, португальском и других языках<sup>2</sup>.

Большой штат репортеров и журналистов информационного агентства ежедневно обновляет мультимедийную базу новостей со всего мира, а общее количество фотографов, подписавших контракт с агентством, давно превысило 10 000 чел. [11, с. 105].

Выпуски новостей являются основным преимуществом информационного агентства. Среди рубрик мож-

но выделить наиболее популярные: «Внешние обмены», «Голос Китая», «Китай и Евразия», «Культура», «В Мире», «Специальные репортажи». Информация в каждой рубрике представлена в виде статей, аудио-репортажей, фотографий, инфографики, видеороликов, телетрансляций и т.д. Это в среднем более 16 000 статей в день и более 900 мин. телетрансляций, посвященных различным событиям, например, встрече китайского чиновника с министром иностранных дел Республики Корея или появлению перелетных птиц в парке «Цаофэйдянь».

Освещение пандемии COVID-19 информационным агентством «Синьхуа» в 2020 г. имело ряд специфических особенностей, которые удалось выявить авторам с помощью контент-анализа новостных лент.

Обычно новостные публикации «Синьхуа» содержат предельно сжатую и точную информацию — дату, время сообщения и основное содержание события, лишённое комментариев авторов. Из особенностей работы «Синьхуа» можно отметить преобладание информационных материалов над аналитическими, политизированность, цензуру и контроль международных сообщений.

В период с января по апрель 2020 г. среднее количество публикаций о COVID-19 на русскоязычном сайте «Синьхуа» (*russian.news.cn*) варьировалось от 4 до 7 в сутки, причем в различных рубриках. К примеру, 30 января на сайте появилось 4 новости о COVID-19, а 6 февраля — 6. Из 135 новостей, опубликованных в период с января по апрель 2020 г., в 14 сообщается о непричастности Китая к возникновению опасного вируса, остальные посвя-

<sup>2</sup> Агентство Синьхуа запустило государственную лабораторию медиаконвергенции // Синьхуа. URL: [http://russian.news.cn/2019-12/12/c\\_138624071.html](http://russian.news.cn/2019-12/12/c_138624071.html) (дата обращения: 05.12.2021).

щены героической борьбе китайского народа с пандемией, формированию одобрительного отношения к медицинским специалистам, работающим в КНР, и национальному лидеру Китая Си Цзиньпину: «Борьба с эпидемией COVID-19, которой руководит Си Цзиньпин, по сути, является «народной войной». По большому счету, это война, ведущаяся ради народа и с опорой на народ, что воплощает в жизнь коренную цель КПК, крупнейшей в мире правящей политической партии, — всем сердцем служить народу!» Таким образом, в новостях «Синьхуа» использовались традиционные китайские концепты «единство» и «гармония» в качестве ресурсов «мягкой силы»<sup>3</sup>.

Необходимо отметить, что новости о пандемии отличаются от новостного содержания других рубрик агентства, они прагматичны, и учитывают быстро меняющиеся потребности аудитории. Но, являясь орудием государства в формировании положительного имиджа страны, в отличие от коммерческой *The Paper*, «Синьхуа» не публикует новостей о злоупотреблениях в сдерживании пандемии, серьезных проблемах в борьбе с COVID-19 и отсутствии доверия к местным органам власти в разных городах. При огромном охвате аудитории нельзя не заметить ограниченное взаимодействие «Синьхуа» с целевой аудиторией: отсутствие лайков и комментариев. Но узнать мнение целевой аудитории, в данном случае, русскоязычной, стало возможным благодаря аккаунту «Синьхуа» в социальной

сети «ВКонтакте», на котором дублируются материалы «Синьхуа». В конце каждой публикации пользователь может найти ссылку на оригинальный сайт информационного агентства. Поскольку «Синьхуа» цензурирует комментарии пользователей аккаунта в сети «ВКонтакте», негативных комментариев под публикациями не встречается<sup>4</sup>.

Особенностью новостей «Синьхуа» о борьбе с пандемией являлось акцентирование внимания аудитории на индивидуальных историях людей, переживших болезнь или принимавших участие в борьбе с опасным вирусом. Этот контент вызывал больший интерес, чем материалы, посвященные причинам, последствиям и медицинским исследованиям COVID-19. Популярность таких новостей, как «Китайка справилась с COVID-19», «Любовь в эпоху пандемии: свадьба врачей», «Рассказ пациентки, излечившейся от вирусной пневмонии» объясняется усталостью людей от негативных новостей.

Героями таких историй стали и россияне. Граждане России, люди разных профессий и социального статуса рассказывают журналистам агентства «Синьхуа» о том, как пандемия застала их в Китае, и как мужественно они перенесли карантин и бедствия пандемии, благодаря помощи «доблестных и самоотверженных китайских врачей и госслужащих». Такие истории созданы для русскоязычного сайта агентства и вызывают легкое недоумение у россиян.

Во-первых, эти истории подпитывались репортажами китай-

<sup>3</sup> Борьба Китая с эпидемией COVID-19 под руководством Си Цзиньпина // Синьхуа. URL: [http://russian.news.cn/2020-09/08/c\\_139350344.htm](http://russian.news.cn/2020-09/08/c_139350344.htm) (дата обращения: 05.12.2021).

<sup>4</sup> Синьхуа Новости. Китай и мир: непредвзятость и многогранность // Синьхуа URL: <https://vk.com/xinhuanews> (дата обращения: 05.12.2021).

ских изданий, например «Хуаньцю шибао», «Жэньминь жибао» или «Хайвайван», которые освещали неэффективные противоэпидемические меры в России. Негативное отношение россиян к вакцинации и гигиеническим маскам китайские журналисты объясняют особенностью русского менталитета, которому чуждо рациональное понимание отношения к опасности [10, р. 3]

Во-вторых, истории о гражданах России в охваченном пандемией Китае имеют большую популярность у китайской аудитории, нежели у российских читателей, поскольку предназначены именно для китайцев. Этому есть логическое объяснение. К примеру, в последние годы в столице Поднебесной выпускают плакаты с идеологическими лозунгами как на английском, так и на китайском языке. Подобное явление отражает стремление правительства КНР быть признанным и поддержанным в англоязычных странах, США или Австралии.

Истории о россиянах призваны укрепить веру китайцев в уверенность в поддержке страны, потому что Россию они считают стратегическим партнером. По аналогичному принципу строится восприятие дружбы Си Цзиньпина и В.В. Путина, которую «Синьхуа» проецирует на российско-китайские отношения. В целом агентство представляет их в своих материалах исключительно позитивно: борьба с опасным вирусом способствовала укреплению сотрудничества Российской Федерации и КНР, основанного на принципах взаимоуважения и дружбы. Россия стала первой страной, которая направила группу иностранных специалистов и медицинское обо-

рудование в Китай, оказав китайскому народу поддержку в борьбе с эпидемией<sup>5</sup>.

Но вернемся к индивидуальным историям о россиянах, в которых создание положительного образа Китая достигается тактикой убеждения, «замаскированной» под информирование. Наиболее распространенный прием здесь — отсылка к экспертам и авторитетам (политикам, экономистам, иностранным журналистам, а иногда простым людям и пр.), которые привлекают широкую аудиторию, задействованную преимущественно в онлайн-формате бесед или интервью. Такая «экспертная деятельность» «Синьхуа» стала инструментом «мягкой силы» публичной цифровой дипломатии, которая вовлекла целевую аудиторию в обсуждение позитивной роли КНР в мире. Как работает эта тактика, можно рассмотреть на примере истории «Россиянка, обучающаяся в Китае, рассказала о своей жизни в условиях карантина в Ухане». Эта новость о студентке Надежде из России, которая из-за карантина не смогла покинуть город, была опубликована в «Синьхуа» 13 марта 2020 г. Поводом для публикации становится победа китайских врачей над болезнью россиянки<sup>6</sup>.

Автор подробно описывает комфортные условия жизни и учебы Надежды на карантине в отеле города

<sup>5</sup> Китай и Россия будут примером развития добрососедских отношений — глава МИД КНР // Синьхуа. URL: [http://russian.news.cn/2021-01/02/c\\_1399636546.htm](http://russian.news.cn/2021-01/02/c_1399636546.htm) (дата обращения: 05.12.2021).

<sup>6</sup> Россиянка, обучающаяся в Китае, рассказала о своей жизни в условиях карантина в Ухане // Синьхуа. URL: [http://russian.news.cn/2020-03/13/c\\_139912525.htm](http://russian.news.cn/2020-03/13/c_139912525.htm) (дата обращения: 05.12.2021).

Ухань, прохождение медицинского исследования и приводит восторженные слова россиянки о китайских сотрудниках здравоохранения: «Я восхищаюсь работой этих врачей, которые трудятся без перерывов и выходных, чтобы помогать другим людям. Мне были предоставлены маски, градусники, антибактериальные средства. Каждый день забирали мусор, комната проветривалась и дезинфицировалась. Спасибо врачам за профессионализм. Спасибо всем волонтерам, участвующим в борьбе с COVID-19. Мы победим! Китай, борись! Ухань, борись! Мы с тобой!» Публикация буквально вызывала ощущение морального и духовного подъема.

Таким образом, в то время как мировые СМИ описывали «ужасные последствия» принятых мер по профилактике и контролю инфекции в провинции Хубэй, обвиняя КНР в нарушении прав человека, «Синьхуа» словами российской студентки опровергало все обвинения: «Я знаю, что это необходимые меры, чтобы обезопасить людей и взять ситуацию под контроль. Я по этому поводу не паниковала и не беспокоилась, живя полноценной жизнью. Спасибо китайскому народу, правительству и Коммунистической партии Китая!».

Кроме того, автор пишет о том, что провинция Хубэй пострадала от вспышки эпидемии COVID-19. Административный центр Ухань в течение почти 11 недель был отрезан от внешнего мира, и сегодня благодаря эффективному соблюдению мер профилактики и контроля эпидемии COVID-19 жизнь в этом городе налаживается. Родственники Надежды, старшая сестра и племянница знают, что у нее все в порядке, несмотря на

эпидемию. Они специально прислали из России видео, в котором выразили благодарность китайскому правительству и народу за заботу о Надежде. Сама Надежда уверена в скорейшей победе Коммунистической партии Китая над эпидемией.

Впрочем, было ли так на самом деле, сказать сложно, поскольку автор, говоря о сорвавшейся из-за пандемии поездки россиянки, не называет точной цели; в одном абзаце речь идет о возвращении в Россию, в другой — о поездке в гости к подруге в Циндао. Подобные истории соотечественников российская аудитория воспринимает с легким недоумением и недоверием. Проблема не только в том, что в агентстве не хватает профильных российских редакторов, которые смогли бы объяснить своим китайским коллегам, что коллективная психология — частое психологическое явление среди китайцев, — осталась в далеком прошлом для россиян, у которых сегодня в приоритете индивидуализм, сводящий на нет информационный посыл излишне политизированных текстов.

В данном случае можно констатировать отсутствие у информационного агентства структурного подхода к работе с российской аудиторией, в непонимании ее ментальности и способности к восприятию, а также использование Китаем «Синьхуа» в качестве инструмента «острой силы» (англ. *sharp power*). Это форма внешнеполитической деятельности, в основе которой лежит использование акторов «мягкой силы» публичной дипломатии как средств манипулирования общественным мнением в других странах, направленных на формирова-



ние положительного имиджа страны на международной арене и отвлечение внимания от негативной информации о своей стране за рубежом. Правдивость информации и открытость источников — это линия водораздела между «мягкой» и «острой силой» иновещания [14, р. 7].

Таким образом, «Синьхуа» стремится привлечь российскую аудиторию, ориентированную на контент о борьбе с пандемией COVID-19 в КНР, в идеологических целях допуская смещение тематического фокуса с контента о коронавирусе на позиционирование Коммунистической партии Китая как защитника нации, добываясь перемены общественного мнения в пользу китайского правительства.

**«Дипломатия «воина-волка»:  
освещение проблемы  
уйгурского сепаратизма  
в эпоху пандемии  
в материалах  
информационного агентства  
«Синьхуа»**

Успешная борьба с пандемией и частичное восстановление экономики к концу 2020 г. укрепили пошатнувшуюся международную репутацию КНР. В то время как Европа и США борются со второй волной коронавируса, в КНР регистрируют лишь единичные случаи заболевания. Полезным для оздоровления международного имиджа страны оказалось активное участие Китайской Народной Республики в политическом урегулировании острых международных проблем, в сотрудничестве в борьбе с эпидемией COVID-19, реализации гуманитарных акций по всему миру, включавших в себя поставки защитных средств, медицинских препара-

тов и аппаратов искусственной вентиляции легких<sup>7</sup>.

Китай, вдохновленный успехами, стал более жестко отвечать на обвинительную и агрессивную риторику США и их союзников. Вводились санкции против европейских и американских чиновников, выступавших с критикой КПК, их лишали возможности посещать страну. В СМИ вместе с материалами об «ужасах» пандемии в США и Европе появляются различные версии внекитайского происхождения опасного вируса. Одна из них допускала американское происхождение COVID-19: смертельный вирус мог быть занесен в Китай военнослужащими США, которые принимали участие во Всемирных военных играх в Ухане в ноябре 2019 г., и является биологическим оружием США<sup>8</sup>.

Информационное агентство «Синьхуа» грамотно используется МИД КНР в решении важных внешнеполитических задач, в результате чего возросла пропагандистская нагрузка в новостной продукции агентства, отвечающая следующим заявлениям этого ведомства: «Китай не представляет военной угрозы для соседних стран»; «Китай не создавал вирус COVID-19 в лабораториях»; «Китай не стремится к гегемонии»; «Китай стремится к миру, развитию и сотрудничеству со всеми странами мира, которое может быть достигнуто путем по-

<sup>7</sup> В Китае создано 640 миллионов вакцин против COVID-19 // Синьхуа. URL: [http://russian.news.cn/2021-05/31/c\\_139980973.htm](http://russian.news.cn/2021-05/31/c_139980973.htm) (дата обращения: 05.12.2021).

<sup>8</sup> Борьба Китая с эпидемией COVID-19 под руководством Си Цзиньпина // Синьхуа. URL: [http://russian.news.cn/2020-09/08/c\\_139350344.htm](http://russian.news.cn/2020-09/08/c_139350344.htm) 2020 (дата обращения: 05.12.2021).

степенных реформ и демократизации международных отношений»; «Китай верит в невмешательство и не считает Соединенные Штаты стратегическим противником»<sup>9</sup>.

В этом случае информационное агентство «Синьхуа» активно применяет в новостных публикациях прием убеждения, используя метод отсылки к авторитету или эксперту. Обычно эти новости посвящены «успеху КПК в борьбе с болезнью и превосходству социалистической системы». Такие публикации выделяются среди прочих новостей и заголовками: «Лидер болгарской партии: "Чудеса Китая продолжатся под руководством КПК", заявил лидер болгарской партии» или «Индийский ученый: "Холодная война между США и Китаем не неизбежна"».

Разберем статью о заявлениях индийского ученого с полным пониманием международных отношений Китая и Индии, которые омрачаются существующим на сегодняшний день конфликтом территориальных интересов. СМИ вышеуказанных стран ведут активную информационную войну, поэтому тот факт, что герой статьи «Синьхуа», известный ученый из Индии Шаши Тхарура, представлен ярким поклонником Компартии Китая, заставляет усомниться в реальности происходящего. Это чувство усиливается, когда «Синьхуа» публикует выдержки из интервью Шаши Тхарура индийскому журналу *The Week*, заявления которого агентство находит полезными для своей аудитории: «Ки-

тай поддерживает международную справедливость и выступает против навязывания воли другим и вмешательства во внутренние дела других стран, никогда не будет стремиться к гегемонии или экспансионизму». Но при этом необходимо отметить: освещая профессиональную деятельность индийского ученого, автор статьи сообщает читателями, что интервью Шаши Тхарура в журнале *The Week* будет опубликовано в ближайшее время. Читая подобные новости, невольно замечаешь общую тенденцию сотрудников «Синьхуа» делать акцент на героях публикаций, которые, независимо от цвета кожи, гендера и политических убеждений, восторженно отзываются о Китае: они всегда публикуют статьи, шлют письма и записывают видео со словами «любви и благодарности к КПК КНР», которые «Синьхуа» никогда не демонстрируют. Очевидно, ситуация с личными историями о борьбе с пандемией становится закономерным явлением китайской пропаганды.

Стремление к лидерству и резкие заявления китайского правительства в духе «КНР не стремится к доминированию, но никто нам не указ» привели к стремительному ухудшению отношений КНР с США и ЕС в 2021 г<sup>10</sup>.

Конфронтация с Соединенными Штатами Америки на фоне неэффективной борьбы с пандемией и защиты национальных интересов стали причиной отказа от принципов «мягкой силы» публичной дипломатии и

<sup>9</sup> Синьхуа (Китай): текст резолюции ЦК КПК об основных достижениях и историческом опыте борьбы партии // ИНОСМИ.РУ. URL: <https://inosmi.ru/politic/20211117/250921783.html> (дата обращения: 05.12.2021).

<sup>10</sup> «КНР не стремится к доминированию, но никто нам не указ». Главное из речи Си Цзиньпина // BBC News Русская служба. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-46590576> (дата обращения: 21.12.2021).

переходу к новой коммуникационной стратегии, которую западные СМИ окрестили дипломатией «воина-волка». Необычное название отражало новый характер внешней политики КНР, и было заимствовано из популярного китайского кинобоевика, в котором элитный спецназ сражается с американскими наемниками<sup>11</sup>.

Переход от «мягкой силы» публичной дипломатии к дипломатии «воина-волка» изменил информационную политику китайских СМИ: прямолинейные, шовинистские и резкие идеологические лозунги сменили систему аргументации, направленную на выбор приоритетов в пользу китайского пути развития, которая реализовалась ранее в удобных формулировках для целевой аудитории.

В зарубежных СМИ начали появляться негативные публикации, обвиняющие КНР в использовании ситуации с эпидемией коронавируса в мире как возможности для экономического подъема и реализации стратегии «Китай прежде всего». Американские и европейские СМИ, стремясь разоблачить заявления КПК КНР о мировом лидерстве, стали обращаться к чувствительным темам: расправе на площади Тяньаньмень в 1989 г., репрессиям в Тибете в 2008 г., и преследованию уйгуров в Синьцзяне [16, р. 10].

США стали первой страной, объявившей преследование уйгуров геноцидом в январе 2021 г. С одной стороны, поводом для этого события послужили нападки китайских СМИ на США и объявление Амери-

<sup>11</sup> «Дипломатия воина-волка»: Китай и его внешняя политика // Военное обозрение. URL: <https://topwar.ru/182532-diplomatija-voina-volka-kitaj-i-ego-vneshnjaja-politika.html> (дата обращения: 05.11.2021).

ки страной расовой дискриминации, полицейского насилия и нарушения прав человека<sup>12</sup>.

Американские СМИ стали массово сообщать о концлагерях под видом школ перевоспитания, запрете исповедовать свою религию, сексуальном насилии и принудительном труде в Синьцзян-Уйгурском автономном районе, показывая, как правительство КНР поступает с уйгурами. Американские правозащитники присоединились к отечественным СМИ, обвинив Китай в принудительной отправке сотен тысяч людей в трудовые лагеря.

Все обвинения в свой адрес Пекин отвергал в самых категорических выражениях. Сегодня в новостных публикациях «Синьхуа» политические оппоненты КНР не только критикуются, но и подвергаются оскорбительным нападкам. Создание негативного образа достигается за счет подчеркивания национальной и этнической принадлежности героев публикаций. Таким образом, производится перенос отрицательных характеристик отдельных личностей на всю этническую группу: «уйгурские убийцы», «американские политиканы», «худший госсекретарь в истории», «религиозный экстремист и пособник американских террористов Адриан Зенц»<sup>13</sup>.

Новостные публикации информационного агентства, с одной сто-

<sup>12</sup> Обвинения США в отношении Китая в «геноциде» основываются на необоснованных утверждениях ультра-правых // Синьхуа. URL: [http://russian.news.cn/2021-02/21/c\\_139756670.htm](http://russian.news.cn/2021-02/21/c_139756670.htm) (дата обращения: 05.11.2021).

<sup>13</sup> Клеветник Адриан Зенц является марионеткой антикитайских сил // Синьхуа. URL: [http://russian.news.cn/2021-04/30/c\\_139917006.htm](http://russian.news.cn/2021-04/30/c_139917006.htm) (дата обращения: 05.11.2021).

роны, пытаются убедить мировое сообщество, что силовая политика Китая в Синьцзян-Уйгурском автономном районе направлена на уйгурских религиозно-экстремистских и сепаратистских радикалов, совершивших немалое количество терактов, повлекших гибель людей, и не имеет ничего общего с подавлением прав человека. Информационное агентство стремилось доказать фабрикации «доказательств» западных СМИ, основанных не на фактах и уликах, а на мнениях, предположениях и альтернативных фактах.

В мае 2021 г. газета «New York Times» обвинила «Синьхуа» в политизированности и продвижении идеологии КНР в других странах. Министерство иностранных дел Китая поддержало информационную политику «Синьхуа», ответив на обвинения американского издания на пресс-конференции: «Как страна с населением 1,4 миллиарда человек, составляющая почти одну пятую населения мира, с 5000-летней непрерывной цивилизацией, второй по величине экономикой в мире и крупнейшей развивающейся страной, Китай, безусловно, должен и заслуживает своего собственного места в международном сообществе. США злоупотребили своей дискурсивной гегемонией и бессовестно проводили ложные информационные атаки на Китай под прикрытием «свободы». Китаю необходимо высказаться по поводу обвинений в геноциде уйгуров. Китайские СМИ придерживаются принципа объективности и правдивости в сообщении новостей, а также не фабрикует и не распространяют ложную информацию, направленную на другие страны.

Информационное агентство «Синьхуа» принадлежит правительству Китая, предоставляет авторитетную и профессиональную новостную информацию различным пользователям по всему миру в соответствии с правилами работы информационного агентства, служат интересам 1,4 миллиарда китайцев»<sup>14</sup>.

Однако китайским СМИ и дипломатам не удалось убедить политических оппонентов в том, что прекращение терактов в Синьцзян-Уйгурском автономном районе является доказательством правильности действий китайских властей, а обвинения в совершении «геноцида» и «преступлений против человечности» в отношении уйгуров являются средством реализации политики США сдерживания КНР.

Политика Китая по отношению к уйгурскому меньшинству была охарактеризована значительной частью «мирового сообщества», в первую очередь — стран Запада — как «агрессивная и националистическая», вследствие чего США, Канада, Евросоюз и Великобритания ввели санкции в отношении китайских чиновников<sup>15</sup>.

Таким образом, дипломатия «волна-волка» нанесла ущерб международной репутации КНР. Воздействие ее агрессивной риторики испытали даже страны, находящиеся как в нейтральных, так и в дружественных отношениях с КНР.

<sup>14</sup> Хуа Чуньин ответил New York Times // Синьхуа. URL: [http://www.xinhuanet.com/world/2021-05/11/c\\_1211151173.htm](http://www.xinhuanet.com/world/2021-05/11/c_1211151173.htm) (дата обращения: 05.11.2021).

<sup>15</sup> «КНР не стремится к доминированию, но никто нам не указ». Главное из речи Си Цзиньпина // BBC News Русская служба. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-46590576> (дата обращения: 21.12.2021).

Использование манипулятивной политики в СМИ оказалось разрушительным для ранее выстроенных рычагов «мягкой силы» публичной дипломатии, что стало причиной восприятия частью зарубежной аудитории освещения проблемы уйгурского сепаратизма информационным агентством «Синьхуа» пропагандой, направленной на «опровержение вражеских обвинений».

### Выводы

Реализация «мягкой силы» публичной дипломатии КНР в эпоху COVID-19 через иновещание носит избирательный характер и не может быть успешно и результативно использована без учета специфики СМИ, особенностей целевой аудитории, а также изменений во внутренней и внешней политике государства.

Борьба с расистским отношением к китайцам и повышенное внимание к политическим и экономическим успехам КНР обеспечивают агентству «Синьхуа» популярность среди населения Китая. Деятельностью информационного агентства достигается реализация внутренней стратегии «мягкой силы»: упрочение легитимности КПК, социалистических идеалов, консолидация китайского общества, развитие китайской культуры.

Наиболее успешным применение политики «мягкой силы» иновещания Китая оказалось в странах, которые сотрудничают с КНР в сфере политики, экономики и бизнеса. Инвестиции Китая привлекательны для развивающихся стран Азии, Африки и Латинской Америки, поскольку Пекин не связывает свое сотрудничество с такими вопросами, как экологические нормы качества или соблюдение прав человека. Наи-

большей популярностью у населения данных стран пользуются публикации «Синьхуа», посвященные культурному международному обмену (освещение выставок, фестивалей, мероприятий как в КНР, так и за рубежом) и природе. Интерес к культуре и традициями Китая целевой аудитории поддерживается не только медиапроектами «Синьхуа», но и культурной индустрией КНР.

Кроме того, успех иновещания Китая также является результатом взаимодействия СМИ с китайской диаспорой, которое можно интерпретировать как инструмент «мягкой силы». Пропаганда культурных ценностей и освещение мировых событий с акцентом на политические и экономические интересы КНР в странах проживания китайских мигрантов дает положительные результаты: тысячи выходцев из Китая оценивают события на родине и в мире с позиций Коммунистической партии КНР<sup>16</sup>.

Внутригосударственные и территориальные проблемы КНР стали причинами низкой эффективности «мягкой силы» публичной дипломатии в тех странах, где наиболее остро воспринимаются проблема прав человека и территориальные претензии к соседним государствам. Таким образом, в США или Индии информационная деятельность «Синьхуа» не способна существенно улучшить положительный образ страны по ряду причин.

Во-первых, освещение «Синьхуа» мировых событий с позиций международной политики КНР вредит имиджу агентства. Мировые

<sup>16</sup> Синьхуа (Китай): текст резолюции ЦККПК об основных достижениях и историческом опыте борьбы партии // ИНОСМИ.РУ. URL: <https://inosmi.ru/politic/20211117/250921783.html> (дата обращения: 05.12.2021).

СМИ и международные некоммерческие журналистские организации, такие как *PEN America* и *Reporters sans frontieres*, часто обвиняют информационное агентство «Синьхуа» в распространении фейковой информации и предвзятом отношении к зарубежным политикам<sup>17</sup>.

Во-вторых, блокировка социальных сетей в КНР обесценивает новости «Синьхуа», порождая недоверие к ним. Аналогично влияет на контент информационного агентства исключительно позитивная оценка политики КНР, которая воспринимается пользователями как обычная пропаганда, в то время как мировые СМИ уделяют основное внимание не успехам экономического развития страны, а нарушениям прав человека в Синьцзяне и Тибете, ответственности КНР за всемирную пандемию COVID-19.

В-третьих, для того, чтобы проверить, является ли инструментализация международного вещания для управления имиджем страны эффективной стратегией, «Синьхуа» необходимо взаимодействовать с аудиторией. Практика онлайн-цензуры в КНР лишает информационное агентство такой возможности, о чем говорит частичное отсутствие комментариев, репостов и «лайков».

<sup>17</sup> Darkened Screen: Constraints on Foreign Journalists in China. New York, 2016. P. 38.

Кроме того, успешное формирование китайской повестки дня для зарубежной аудитории и контроля имиджа КНР стало бы более вероятным, если бы китайское информационное агентство получило доступ на поле медиа зарубежных стран, где будет соответствующий охват населения, т.е., включение «Синьхуа» в сетку вещания. Только в этом случае у китайских политических экспертов появится возможность формировать прокитайские взгляды зрителей на их родном языке.

Таким образом, противостояние антикитайским настроениям и проведение своей идеологии в эпоху пандемии способствовали использованию Китаем программ «мягкой силы» в качестве инструмента «острой силы» и дипломатия «волка-и-овца». Если в основе «мягкой силы» публичной дипломатии лежит прямое взаимодействие с зарубежной аудиторией, направленное развитие доверительных отношений и взаимопонимания, то «острая сила» базируется на принципах информационных войн и пропаганды. Именно поэтому инвестиционная деятельность за рубежом, гуманитарные акции и организация значимых международных мероприятий (Олимпийские игры 2022 г.) оказались более эффективными генераторами «мягкой силы», чем новостное вещание.

### Список использованной литературы

1. Ye Lu. Mass media, new technology, and ideology: An analysis of political trends in China / Ye Lu, Yajie Chu, Fei Shen. — DOI 10.1177/2059436416648799 // *Global Media and China*. — 2016. — Vol. 1. — P. 1–32.
2. Наумов А.О. «Мягкая сила» и публичная дипломатия. — Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2019. — 288 с.
3. Будаев А.В. Светлые и темные стороны «мягкой силы» Китая / А.В. Будаев // Государственное управление. Электронный вестник. — 2016. — № 54. — С. 106–129.
4. Медиа-системы стран БРИКС: исторический генезис, особенности функционирования / Е.Л. Вартанова, Н.В. Ткачёва, Г.С. Филаткина, Т.В. Эль-Баكري ; под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 192 с.

5. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 480 с.
6. Ганьшина Г.И. История развития политики «мягкой силы» в Китае / Г.И. Ганьшина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Всеобщая история. — 2016. — № 3. — С. 63–72.
7. Лагуткина М.Д. Проблемы лингвистической безопасности китайского информационного агентства Синьхуа / М.Д. Лагуткина // Современное педагогическое образование. — 2020. — № 5. — С. 226–229.
8. Ткачева Н.В. Национальные медиа как инструменты продвижения мягкой силы Китая / Н.В. Ткачева. — DOI 10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128 // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2019. — № 6. — С. 94–128.
9. Li M. Xinhua news agency transformation and upgrading under the background of media convergence / M. Li // Huazhong University of Science & Technology Wuhan. — 2015. — P. 1–48.
10. Morales P.S. Could Chinese news channels have a future in Latin America? / P.S. Morales. — DOI <https://doi.org/10.16997/wpcc.276> // Westminster Papers in Communication and Culture. — 2018. — Vol. 13, iss. 1. — P. 60–80.
11. Xin X. Popularizing party journalism in China in the age of social media: The case of Xinhua News Agency / X. Xin // Global Media and China. — 2018. — Vol. 3, iss. 1. — P. 3–17.
12. Ziyu Liu. From invisible to visible: Kwai and the hierarchical cultural order of China's cyberspace / Liu Ziyu. — DOI 10.1177/2059436419871194 // Global Media and China. — 2020. — Vol. 5, iss. 1. — P. 69–87.
13. Yumeng Luo. How citizen journalists impact the agendas of traditional media and the government policymaking process in China / Yumeng Luo, T.M. Harrison. — DOI 10.1177/2059436419835771 // Global Media and China. — 2019. — Vol. 4, iss. 1. — P. 72–93.
14. Nye J.S. Soft Power. The means to success in world politics / J.S. Nye. — New York : Public Affairs, 2005. — 175 p.
15. Rawnsley G.D. To know us is to love us: Public diplomacy and international broadcasting in contemporary Russia and China / G.D. Rawnsley. — DOI 10.1111/1467-9256.12104 // Politics. — 2015. — Vol. 35, iss. 3–4. — P. 273–286.
16. Wenshan Jia. US media's coverage of China's handling of COVID-19: Playing the role of the fourth branch of government or the fourth estate? / Wenshan Jia, Fangzhu Lu // Global Media and China. — 2021. — Vol. 6, iss. 1. — P. 8–23.
17. Cull N.J. Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age / N.J. Cull. — Cambridge : Polity Press, 2019. — 272 p.

## References

1. Ye Lu, Yajie Chu, Fei Shen Mass Media, New Technology, and Ideology: An Analysis of Political Trends in China. *Global Media and China*, 2016, vol. 1, pp. 1–32. DOI: 10.1177/2059436416648799.
2. Naumov A.O. "Soft Power" and Public Diplomacy. Lomonosov Moscow State University Publ., 2019. 288 p.
3. Budaev A.V. Light and Dark Sides of China's "Soft Power". *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik = Public Administration. E-Journal*, 2016, no. 54, pp. 106–129. (In Russian).
4. Vartanova E.L., Tkacheva N.V., Filatkina G.S., El'-Bakri T.V.; Vartanova E.L. (ed.). *Media Systems of the BRICS Countries: Historical Genesis, Features of Functioning*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2018. 192 p.
5. Vartanova E.L. (ed.). *Encyclopedia of the World of Media*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2019. 480 p.
6. Ganshina G.I. The History of Development of the "Soft Power" Policy in China. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Vseobshchaya istoriya = RUDN Journal of World History*, 2016, no. 3, pp. 63–72. (In Russian).
7. Lagutkina M.D. The Issues of Linguistic Security Chinese Xinhua Information Agency. *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie = Modern Pedagogical Education*, 2020, no. 5, pp. 226–229. (In Russian).

8. Tkacheva N.V. National Media as a Promotional Tool of China's Soft Power. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2019, no. 6, pp. 94–128. (In Russian). DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128.

9. Li M. Xinhua News Agency Transformation and Upgrading Under the Background of Media Convergence. *Huazhong University of Science & Technology Wuhan*, 2015, pp. 1–48.

10. Morales P.S. Could Chinese News Channels Have a Future in Latin America? *Westminster Papers in Communication and Culture*, 2018, vol. 13, iss. 1, pp. 60–80. DOI: <https://doi.org/10.16997/wpcc.276>.

11. Xin X. Popularizing Party Journalism in China in the Age of Social Media: The case of Xinhua News Agency. *Global Media and China*, 2018, vol. 3, iss. 1, pp. 3–17.

12. Ziyu Liu. From Invisible to Visible: Kwai and the Hierarchical Cultural Order of China's Cyberspace. *Global Media and China*, 2020, vol. 5, iss. 1, pp. 69–87. DOI: 10.1177/2059436419871194.

13. Yumeng Luo, Harrison T.M. How Citizen Journalists Impact the Agendas of Traditional Media and the Government Policymaking Process in China. *Global Media and China*, 2019, vol. 4, iss. 1, pp. 72–93. DOI: 10.1177/2059436419835771.

14. Nye J.S. *Soft Power. The Means to Success in World Politics*. New York, Public Affairs, 2005. 175 p.


15. Rawsley G.D. To Know us is to Love us: Public Diplomacy and International Broadcasting in Contemporary Russia and China. *Politics*, 2015, vol. 35, iss. 3–4, pp. 273–286. DOI: 10.1111/1467-9256.12104.

16. Wenshan Jia, Fangzhu Lu. US Media's Coverage of China's Handling of COVID-19: Playing the Role of the Fourth Branch of Government or the Fourth Estate? *Global Media and China*, 2021, vol. 6, iss. 1, pp. 8–23.

17. Cull N.J. *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age*. Cambridge, Polity Press, 2019. 272 p.


### Информация об авторах

*Бутырин Дмитрий Александрович* — кандидат культурологии, доцент, Департамент коммуникаций и медиа, Школа искусств и гуманитарных наук, Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Российская Федерация, [www1979@mail.ru](mailto:www1979@mail.ru).

*Аргылов Никита Антонович* — кандидат политических наук, доцент, Департамент коммуникаций и медиа, Школа искусств и гуманитарных наук, Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Российская Федерация, [argylov.na@dvfu.ru](mailto:argylov.na@dvfu.ru),  <https://orcid.org/0000-0003-3600-3193>.

### Authors Information

*Dmitry A. Butyrin* — PhD in Cultural Studies, Associate Professor, Department of Communications and Media, School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russian Federation, [www1979@mail.ru](mailto:www1979@mail.ru).

*Nikita A. Argylov* — PhD in Political Sciences, Associate Professor, Department of Communications and Media, School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russian Federation, [argylov.na@dvfu.ru](mailto:argylov.na@dvfu.ru),  <https://orcid.org/0000-0003-3600-3193>.

### Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.



**Для цитирования**

Бутырин Д.А. Иновещание как инструмент публичной дипломатии КНР в эпоху COVID-19 (на примере деятельности информационного агентства «Синьхуа») / Д.А. Бутырин, Н.А. Аргылов — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(1).59-75 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 1. — С. 59–75.

**For Citation**

Butyrin D.A., Argylov N.A. Broadcasting as an Instrument of Public Diplomacy in the PRC in the Era of COVID-19 (on the Example of the Xinhua News Agency). *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 1, pp. 59–75. (In Russian). DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(1).59-75.