

Піпченко Н.О.*

ЗДІЙСНЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В КИТАЇ ЗАСОБАМИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Проаналізовано цілі державної інформаційної політики Китаю на підставі формування єдиного інформаційного простору країни і зміцнення на цій основі зв'язків «центр – регіони»; зміцнення цілісності країни; забезпечення інформаційної безпеки особистості, суспільства і держави; становлення різних сфер і галузей інформаційних послуг; розширення правового поля регулювання суспільних відносин в інформаційній сфері, в тому числі, пов'язаних з отриманням, розповсюдженням і використанням інформації.

Ключові слова: інформаційна політика, соціальні медіа, мережа Інтернет, Китай.

Проанализированы первостепенные цели государственной информационной политики Китая на основании формирования единого информационного пространства страны и укрепление на этой основе связей «центр – регионы»; укрепления целостности страны; обеспечения информационной безопасности личности, общества и государства; становления различных сфер и отраслей информационных услуг; расширения правового поля регулирования общественных отношений в информационной сфере, в том числе, связанных с получением, распространением и использованием информации.

Ключевые слова: информационная политика, социальные медиа, сеть Интернет, Китай.

The primary objectives of the state information policy in China on the basis of the formation of a common information space and strengthening of the country on this basis relations «center – regions», strengthen the integrity of the country, ensuring the information security of the individual, society and state formation of different spheres and sectors of information services, expand the legal field regulation of social relations in the field of information, including those related to the procurement, distribution and use of information are analyzed.

Keywords: information policy, social media, Internet, China.

Пошук найбільш гнучкого, адекватного та неруйнівного для системи в цілому шляху політичного реформування став важливим напрямком діяльності сучасного Китаю. Поряд з збереженням традиційних атрибутів політичної системи, які проявляються в монополії на владу, тенденції до зосередження повноважень в руках одного лідера, ідеологічному контролю над мас-медіа, відсутності незалежних від влади механізмів громадського контролю за діями партійних і державних органів, в країні ініційовано конституційну реформу, переважно у сфері гарантій економічних прав на індивідуальну та приватну економічну діяльність, законодавчого захисту приватної власності і підтримки розвитку приватного бізнесу.

* кандидат політичних наук, асистент кафедри міжнародної інформації Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Роль комунікацій значно зростає в умовах формування глобального інформаційного суспільства, оскільки вона забезпечує загальну поінформованість різних соціальних суб'єктів, сприяє формуванню єдиної системи цінностей і тим самим знімає напругу в їх відносинах і взаємодіях. Наукове дослідження проблем впливу інформації на всі сфери життєдіяльності людини розпочалось ще в кінці ХХ століття. Зокрема, еволюція наукової політологічної думки з питань інформаційного суспільства та інформаційно-комунікативних технологій (Ф. Фукуяма, С. Хантінгтон, І. Валлерстайн, Ж. Дюррозель, Дж. Розенау, Ж.-М. Гуехенно, Д. Стоун, С. Ромм, К. Мюллер, Ч. Шмітц та ін.) свідчить про те, що будь-яка внутрішньополітична проблема (економічна, соціальна, екологічна, військова тощо), яка є предметом державної політики, знаходить відображення на зовнішньому рівні функціонування політичної системи будь-якої держави. Дж. Най-молодший, Д. Роткопф, М. Лібіскі, Т. Мартін, Д. Роналд, Дж. Шульц, Дж. Арквілла, Д. Ронфелдт, Р. Солонмон, В. Дізард мл., Е. Антоін, Г. Геераертс та інші розглядають перерозподіл політичного впливу держави у сучасних міждержавних відносинах, процеси політичної десуверенізації держави, відзначаючи вплив мережі Інтернет на політичну владу для оптимізації політичних функцій держави у сучасному інформаційному середовищі. Г. Сміт, Дж. Купер, Ш. Браун, М. Леонард, Л. Нобл, Й. Курбалія, К. Рана, Д. Каппелер, А. Маттеуччі та інші обґрунтували використання сучасних комунікативних технологій як інструменту політичної влади на зовнішньо- та внутрішньополітичному рівнях існування держави.

Дослідженню міжнародно-політичної складової мережі Інтернет присвячено окремі наукові роботи, зокрема, О. Зернецької, В. Королька, Є. Макаренко, Є. Камінського, Г. Почепцов, В. Бебика, П. Сардачука, О. Кулика, О. Ялової, О. Кучмій, О. Шевченко, Д. Дубова, Н. Білан тощо. Загальні проблеми політичного впливу інформаційно-комунікативних технологій на політичну діяльність держави висвітлено у наукових працях Л. Губерського, М. Михальченка, В. Гондюла, В. Бруза, Є. Тихомирової, О. Сосніна, М. Рижкова, А. Шинкарука, М. Розумного, І. Жовкви, А. Наджоса, О. Флор, В. Александрюка та ін., в яких з'ясовуються проблеми політичного прогнозування, міжкультурного співробітництва, проблеми забезпечення національних інтересів України у сучасному інформаційному середовищі. Дослідженням проблем співвідношення політичного та інформаційного середовища та їх впливу на соціальні зміни в Китаї займаються цілий ряд вчених, серед яких необхідно виділити Лю Ляньсі, Мінь Дахун, Хуан Цинь, Пен Лань, Цзя Лежун та інші, зокрема вони вивчають техніки передачі інформації, використання мережі Інтернет для проведення внутрішньо-і зовнішньополітичної пропаганди, вплив онлайн-мас-медіа на державні процеси Китаю. Такі вчені, як В. Абрамов, В. Міхеев, Б. Кузик, М. Титаренко, В. Ларін, А. Котельников та інші аналізують проблеми глобалізованого Китаю, грані його соціокультурного виміру в умовах розвитку соціальних медіа, особливості двосторонніх відносин між країнами тощо.

Зміст завдань державної інформаційної політики керівництва Китаю обумовлено політичними і соціально-економічними умовами розвитку країни на етапі її всебічної модернізації та накопиченим в цьому процесі досвідом реалізації окремих заходів державної політики у сфері створення, розповсюдження і використання інформації і ефективним використанням світового досвіду проведення інформаційної політики в розвинених державах. Сучасний Китай як суб'єкт геополітики виступає державою з розвинутою інформаційно-телекомунікаційною інфраструктурою і ключовою ланкою Азіатсько-Тихоокеанського інформаційного простору, тому першорядними цілями державної інформаційної політики країни є формування єдиного інформаційного простору і зміцнення на цій основі зв'язків «центр – регіони»; зміцнення цілісності країни; забезпечення інформаційної безпеки особистості, суспільства і держави; становлення різних сфер і галузей інформаційних послуг; розширення правового поля регулювання суспільних відносин в інформаційній сфері, в тому числі, пов'язаних з отриманням, розповсюдженням і використанням інформації.

Практична реалізація подібної політики в умовах КНР потребувала проведення активної психологічної кампанії щодо підтримки її основних положень громадською думкою, роз'яс-

нення її соціальної спрямованості, обґрунтування її доцільності, що сприяло ухваленню низки законодавчих актів, які сприяли розвитку електронного середовища країни, зокрема, 25 вересня 2000 року вступив в силу «Статут електронного зв'язку Китаю» як перше комплексне зібрання адміністративних законодавчих актів у сфері електронного зв'язку, який визначив подальший розвиток сфери в правових рамках; в 2002 році в інформаційне законодавство увійшли акти, які регулюють використання мережі Інтернет, зокрема, «Методи управління інформаційним обслуговуванням мережі Інтернет» [1], «Правила управління обслуговуванням електронних договорів в мережі Інтернет» [2] та «Тимчасові правила управління новинами веб-сайтів» [3].

Китайська дослідниця Хуан Цинь вважає, що важливим етапом реалізації програми інформатизації Китаю стало прийняття в першій половині 2000 року стратегії створення та розвитку інформаційних технологій, яка включає положення про пріоритетну роль ІКТ в забезпеченні національної інформаційної безпеки, ключову роль ІКТ у регулюванні та розвитку промислового сектора виробництва країни, в цілому, і інформаційної індустрії, зокрема. Основними сферами технологічного розвитку були названі: системна інтеграція, розробка та виробництво програмного забезпечення, розвиток ІКТ, електронна обробка даних, інформаційна безпека, телекомунікаційні та мережеві технології тощо [4].

Сучасний етап інформатизації китайського суспільства розпочався з прийняття в травні 2006 року Державної стратегії розвитку інформатизації країни впродовж 2006-2020 років [5], в якій визначено цілі й завдання політики інформатизації, що сприяють розвитку в Китаї більш досконалого суспільства шляхом використання інформаційних технологій в найближчі 15 років. Основними цілями стратегії є забезпечення подальшого розвитку національної інформаційної інфраструктури; розширення можливостей незалежних новацій у сфері ІКТ; оптимізація структури інформаційної індустрії; удосконалення механізмів забезпечення інформаційної безпеки; досягнення прогресу в побудові більш інформаційно-орієнтованих економіки та суспільства; використання нової моделі індустріалізації на основі ІКТ; розробка та реалізація ефективної національної інформаційної політики та системи регулювання процесу інформатизації китайського суспільства; розширення можливостей широкого застосування інформаційних технологій у всіх сферах життєдіяльності [4].

Китайські держустанови, які вирішили взяти участь у розвитку електронних ресурсів в мережі Інтернет, створили безпрецедентну для Китаю атмосферу відкритості державних структур для громадян країни, прозорості в прийнятті рішень з боку керівництва, формування іміджу країни в мережі Інтернет. Наприклад, при проведенні сесій та з'їздів народних представників різного рівня в мережі Інтернет створено публічні поштові скриньки для збору побажань і скарг громадян. У ході розробки Основних положень щодо десятої п'ятирічки (2001-2005 роки) Держкомітет у справах планування і розвитку КНР організував збір пропозицій громадян через мережу Інтернет та інші канали. Усього було отримано більше 10 тисяч пропозицій, з яких більше 300 були прийняті до розгляду [6].

Незважаючи на подібну «відкритість» китайського суспільства в 1996 році з метою оптимізації контролю над інформаційною діяльністю було запропоновано систему двоступеневого доступу громадян і організацій країни до Інтернет-ресурсів. Таким чином, всі користувачі отримували можливість виходу в глобальну мережу тільки через встановлені державою ключові вузли, кількість яких була обмежена, і кожен з яких знаходився у підпорядкуванні певного міністерства, відомства або партійно-громадського об'єднання. У 2000 році за ініціативою Держради КНР за участю Міністерства науки і технологій розпочалася розробка і реалізація «Проекту С219» [7] – першого етапу створення «електронної стіни» навколо національної зони мережі Інтернет. Основним завданням проекту було проголошено забезпечення надійного інформаційного захисту мереж, що зв'язують урядові департаменти, регіональні адміністрації, засоби масової інформації, корпоративні комп'ютерні комплекси і системи масового Інтернет-доступу.

При цьому політичне керівництво Китаю усвідомлюючи всі переваги і мінуси мережі Інтернет активно використовує Інтернет-комунікації для реалізації своїх політичних цілей, зокрема, зовнішня пропаганда є важливим інструментом зовнішньої політики КНР, що відображено в Білій книзі «Положення про мережу Інтернет в Китаї». Вище керівництво КНР розуміє необхідність підняти вітчизняні мас-медіа на рівень, відповідний зростаючому впливу і підвищенню світового статусу Китаю. У найближчі кілька років КНР планує інвестувати 6,5 млрд. дол. в розвиток медіа-холдингів, які, як вважають в уряді країни, зможуть конкурувати з глобальними гігантами, такими як «Ньюс Корпорейшн» або «Тайм Уорнер», також необхідно вказати на те, що в Китаї на центральному та регіональному рівнях функціонують Інтернет-медіа, орієнтовані на ведення зовнішньої пропаганди іноземними мовами, включаючи російську [8].

Фахівці азійського Інтернет-ринку, аналізуючи феномен китайських соціальних медіа, стверджують, що незважаючи на активне зростання Інтернет-ринку в Китаї, такі міжнародні гіганти, як Google і Facebook, відчувають великі труднощі, намагаючись працювати з 300-мільйонною китайською аудиторією, 67 відсотків якої представлена молоддю з інтересом до розважальних ресурсів. В той час, як західні компанії типу Facebook намагаються завоювати ринок і одночасно створити працюючі бізнес-моделі для всього світу, їх китайські колеги вже побудували прибуткові системи, які заробляють мільярди доларів на рік [9], подібної думки дотримуються також представники компанії «Enwor Information Technology» (провінція Чжецзян), що займаються розробкою програмного забезпечення для соціальних мереж. Зараз у Китаї працює багато локальних соціальних медіа і досить успішно, функціональні можливості, яких, не поступаються провідним західним порталам, наприклад, найбільшою соціальною мережею в Китаї є «Qzone» з більш ніж 300 мільйонами користувачів, яка є також найбільшою мережею в світі; соціальна мережа «51.com» займає друге місце і налічує 130 мільйонів користувачів; студентська соціальна мережа «RenRen» – 40 мільйонів зареєстрованих; соціальна мережа «Kaixin001» дуже швидко набирає темпи популярності серед жителів Китаю і налічує близько 30 мільйонів користувачів [10].

Небувале зростання китайських соціальних мереж пов'язане не тільки з розміром ринку, але і з культурними особливостями, наприклад, програми для соціальних мереж у Китаї можуть поширюватися на «вірусному рівні» завдяки терпимості китайців до нав'язливих запрошень, зокрема, звичайною практикою вважається сервіс, який змушує користувача розсилати запрошення або виконувати ще якісь завдання, перш ніж дати йому спілкуватися з друзями в мережі і, навіть, отримавши можливість спілкуватися, користувачі змушені багато більше взаємодіяти з рекламою, ніж у західних сервісах. Хоча такі методи неможливо повторити на американському ринку, компанії типу Facebook або MySpace повинні враховувати подібні стратегії, якщо вони хочуть завоювати ринок Китаю [11]. Таким чином, неможливо передбачити наслідки «штучної ізоляції» Китаю у всесвітній павутині, але на даний момент багато хто від неї виграє, оскільки уряд допомагає вітчизняним виробникам, виробники, в свою чергу, не мають жорсткої конкуренції, тому що боротися з гігантами веб-спілкування було б просто безглуздо, а китайська молодь майстерно оволодіває навичками обходу різних блокувань, які повсюдно зустрічаються в китайському сегменті мережі Інтернет.

Уряд країни ефективно використовує соціальні медіа для внутрішньо-і зовнішньополітичної комунікації, але китайське суспільство практично повністю ізолювано від зовнішнього впливу, тому іншим країнам слід врахувати те, що в Китаї немає якої-небудь однієї всеохопної соціальної мережі як в інших державах і для забезпечення «загального спілкування» необхідно впровадження в усі Інтернет-портали, оскільки користувачі однієї мережі часто взагалі не перетинаються з прихильниками іншої. Також необхідно добре вивчити тематично і технічно соціальну мережу, щоб зрозуміти, на чому заснований принцип її роботи: короткі повідомлення, створення груп або міжособистісне спілкування. Слід врахувати і особливості східного менталітету і уникати прямого нав'язування ідей, дій, створюючи ілюзію свободи

вибору, слова і дії. Зростаюча роль Інтернет-ресурсів як регуляторів поведінки людей і громадської думки в політичному житті будь-якої сучасної держави набирає сили і в Китаї, зокрема, відбувається постійне оновлення нормативно-правової бази, збереження вирішальної ролі державного і партійного контролю за діяльністю подібних мас-медіа, створення єдиних методів регулювання діяльності засобів масової інформації як щодо традиційних, так і у відношенні Інтернет-медіа, пов'язані з регламентацією вимог до змісту і якості інформації. Зараз в Китайській Народній Республіці відбувається процес посилювання контролю над змістом публікацій, які розміщуються в національному сегменті мережі Інтернет і блокування доступу до небажаного, з точки зору влади, контенту, розміщеному в доменних зонах, які не підлягають національній юрисдикції. В той же час Інтернет активно використовується правлячою Комуністичною партією Китаю і урядом КНР для реалізації своїх внутрішньо-і зовнішньополітичних цілей. У сфері зовнішньополітичних завдань однією з основних є робота щодо формування громадської думки в зарубіжних країнах, зокрема, у Китаї на центральному та регіональному рівнях створено і функціонують Інтернет-медіа як інструменти інформаційно-пропагандистського впливу на населення прикордонних територій, що використовують новітні досягнення інформаційних технологій і мультимедійних засобів, реалізуючи політичні цілі внутрішнього розвитку КНР, доступу до джерел сировини на території інших держав, створення сприятливих умов для всебічного співробітництва.

Список використаних джерел

1. Методы управления информационного обслуживания Интернета [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cnnic.net.cn/html/Dir/2003/10/22/1001.htm>.
2. Правила управления обслуживанием электронных договоров в Интернете [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cnnic.net.cn/html/Dir/2003/10/22/1001.htm>.
3. Временные правила управления новостями веб-сайтов – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cnnic.net.cn/html/Dir/2003/10/22/1001.htm>.
4. Хуан Цинь Информационная политика Китая в современных международных отношениях // дисс. к.полит.н., 23.00.03. – политическая культура и идеология – К. 2007 – 227с.
5. «Государственной стратегии развития информатизации» (2006-2020 гг.) // «Одинадцатый пятилетний» План научно-технического развития информационной индустрии и программа до 2020 года / По материалам сети Информационной Индустрии Китая [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cnii.com.cn/20060808/ca369689.htm>.
6. Положения касательно десятого пятилетнего плана развития общества и народного хозяйства КНР 5-ого пленума ЦК КПК 15-ого созыва 2000 года. (9-11-ого октября 2000 г.) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.china.com.cn/ch-internet/zt/html/sw.htm>.
7. Internet Filtering in China in 2004-2005: A Country Study [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.opennetinitiative.net/studies/china>.
8. Котельников А. А. Интернет-СМИ КНР как фактор формирования общественного мнения в Забайкальском крае // дисс. к. полит. н. по 23.00.02 – Политические институты, процессы и технологии. – Чита, 2011 – С. 170.
9. Nicholas Deleon Chinese Social Networks 'Virtually' Out-Earn Facebook And MySpace: A Market Analysis // TechCrunch April 5th, 2009 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://techcrunch.com/2009/04/05/chinese-social-networks-virtually-out-earn-facebook-and-myspace-a-market-analysis>.
10. Социальные сети Китая [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.socsetki.ru/kitay/56-socialnye-seti-kitaya.html>.
11. Медведев А. Социальная жизнь поднебесной // Asia Business от 14.07.2012 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://asiabusiness.ru/blog/socialnaya-zhizn-podnebesnoj>.