

УДК 355.451(510)

Андрій Моренчук,

кандидат історичних наук, доцент кафедри
міжнародних комунікацій та політичного аналізу
факультету міжнародних відносин,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
Morenchuk.Andriy@vnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-2394-9046;

Ольга Катрич,

асистент кафедри іноземних мов та перекладу,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
katrych.olha@vnu.edu.ua,
DOI 10.29038/2524-2679-2025-02-93-106

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ КИТАЙСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ: ЦІЛІ ТА ПІДХОДИ

Проаналізовано стратегічні комунікації Китайської Народної Республіки (КНР) як важливий інструмент реалізації її зовнішньої та внутрішньої політики. Досліджено концептуальні засади стратегічних комунікацій КНР, їх вплив на формування глобального іміджу країни й просування наративів, вигідних китайському керівництву. Розглянуто основні стратегічні підходи КНР, зокрема використання м'якої сили, публічної дипломатії, цифрових технологій і державних ЗМІ для формування позитивного інформаційного середовища. Особливу увагу приділено тактичним методам, які застосовуються КНР у міжнародному інформаційному просторі, як-от: економічна дипломатія, інформаційні кампанії, робота з міжнародними організаціями та вплив на медіа в різних регіонах світу. Розкрито роль ініціативи «Один пояс, один шлях» у розширенні комунікаційного впливу Китаю. Зроблено висновок, що стратегічні комунікації КНР є гнучким інструментом для досягнення політичних й економічних цілей, спрямованих на зміцнення позицій країни у світовій системі. Дослідження має практичне значення для розуміння сучасних комунікаційних стратегій держав та прогнозування їх подальшого розвитку.

Ключові слова: Інститут Конфуція, ЗМІ, медіа, імідж країни, наративи, партнерства з обміну контентом, Комуністична партія Китаю (КПК), Асоціація китайських студентів і науковців.

Andrii Morenchuk,

Lesya Ukrainka Volyn National University,

ORCID ID: 0000-0002-2394-9046;

Olha Katrych,

Lesya Ukrainka Volyn National University

STRATEGIC COMMUNICATIONS OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA: GOALS AND APPROACHES

The strategic communications of the People's Republic of China (PRC) are analyzed as an important tool for implementing its foreign and domestic policies. The conceptual principles of the PRC's strategic communications are studied, their impact on the formation of the country's global image and the promotion of narratives beneficial to the Chinese leadership. The main strategic approaches of the PRC are considered, in particular the use of soft power, public diplomacy, digital technologies and state media to form a positive information environment. Particular attention is paid to the tactical methods used by the PRC in the international information space: economic diplomacy, information campaigns, work with international organizations and influence on the media in different regions of the world. The role of the "One Belt, One Road" initiative in expanding China's communication influence is analyzed. It is concluded that strategic communications of the PRC are a flexible tool for achieving political and economic goals aimed at strengthening the country's position in the world system. The study has practical significance for understanding modern communication strategies of states and predicting their further development.

Key words: Confucius Institute, mass media, media, country image, narratives, Content Sharing Partnerships, Communist Party of China (CPC), Chinese Students and Scholars Association.

1. ВСТУП

Постановка проблеми. У сучасній системі міжнародних відносин стратегічні комунікації набувають особливого значення як інструмент впливу на глобальні процеси, формування іміджу держави та реалізації зовнішньополітичних пріоритетів. Китайська Народна Республіка (КНР)

демонструє унікальний підхід до стратегічних комунікацій, поєднуючи традиційні дипломатичні засоби, інформаційну політику, економічний вплив і технологічні ресурси.

Попри активне використання КНР стратегічних комунікацій на міжнародній арені, їхні особливості залишаються недостатньо вивченими. Зокрема, актуальним є дослідження ключових принципів китайської моделі комунікацій, аналіз методів просування національних наративів, оцінка впливу державних медіа й цифрових платформ на міжнародну громадську думку.

Наукова проблема полягає у визначенні специфічних характеристик стратегічних комунікацій КНР, їх ефективності в досягненні політичних та економічних цілей і потенційних викликів для інших міжнародних акторів. Дослідження цієї теми сприятиме кращому розумінню механізмів інформаційного впливу Китаю та його стратегічних намірів у глобальному комунікаційному просторі.

Мета дослідження – визначення особливостей стратегічних комунікацій Китайської Народної Республіки, аналіз їх структури, інструментів і механізмів впливу на міжнародну громадську думку. Дослідження спрямоване на виявлення ключових принципів комунікаційної стратегії КНР, її ролі у формуванні глобального інформаційного порядку денного та реалізації зовнішньополітичних цілей.

Особливо акцентовано на оцінці ефективності стратегічних комунікацій Китаю, їх поєднанні з дипломатичними, економічними й технологічними засобами впливу, а також на потенційних викликах і наслідках для міжнародної системи.

2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Останніми десятиліттями КНР перетворилася в серйозного геополітичного гравця. Китай усвідомлює, що позитивне ставлення міжнародної громадськості та зміцнення відносин з іншими країнами сприяють реалізації його економічних, безпекових і геополітичних цілей. Тому важливим інструментом просування власних інтересів на світовій арені Пекін розглядає стратегічні комунікації. При цьому він переслідує кілька взаємопов'язаних завдань. Комуністична партія Китаю (КПК) намагається встановити контроль над інформаційним порядком денним у західних медіа, знизити занепокоєння щодо наслідків зростаючої могутності країни та запропонувати альтернативне бачення свого світового зростання, яке може стати орієнтиром для інших держав. Водночас, якщо, наприклад,

росія розглядає стратегічні комунікації крізь призму інформаційної війни та протистояння умовному Заходу, то Китай рахує на інструментах м'якої сили й формування позитивного іміджу в різних регіонах світу [7].

З економічного погляду, просування позитивних наративів про Китай серед іноземної громадськості має важливе значення для залучення нових ринків для китайських товарів, послуг і технологій. КНР потребує сировини та енергоносіїв для живлення своєї економіки, транспортних маршрутів для китайського експорту й можливостей застосовувати надлишкові промислові потужності та валютні резерви для продуктивного використання за кордоном. Якщо іноземні громадяни й уряди захоплюються економічними успіхами КНР і вважають, що Пекін є вигідним партнером у розвитку їхньої країни, це створює попит на торгівлю й співпрацю з КНР.

Із геополітичного погляду, Пекіну потрібні союзники для зміцнення своїх позицій в ООН, тиску на країни, що визнають Тайвань, а також легітимації власної моделі розвитку й зовнішньої політики. Для цього він прагне залучити іноземних лідерів і громадськість до сприйняття його поглядів, демонструвати силу для стримування суперників та захисту від критики. Це включає двоєдину стратегію – критику західних уявлень про права людини й просування альтернативних наративів і норм, які сприяють його інтересам [7]. Як відзначає А. Інсіса, «Пекін відійшов від спроби пояснити й виправдати позиції та інтереси Китаю в міжнародній “дискурсивній системі”, де домінує Захід, до спроб змінити цю систему відповідно до китайських цінностей і світогляду» [5]. Крім того, Пекін намагається послабити домінування США в глобальній системі, а здатність формувати, контролювати та використовувати наративи відіграє ключову роль у досягненні цієї мети.

Керівництво Пекіна усвідомлює, що репутація відіграє ключову роль у забезпеченні національних інтересів КНР. Так, країні простіше обґрунтувати свою рішучість у відстоюванні морських і територіальних претензій, якщо інші держави або сприймають її дії як законні, або не мають достатньої мотивації відкрито їм протистояти. Витіснення США як головного гаранта безпеки в Азії, а також розширення доступу до закордонних портів та військових баз для зміцнення морської могутності потребує переконання інших країн у тому, що КНР є захисником, а не загрозою їхнім національним інтересам. Пекін також розуміє, що міжнародна критика може посилити внутрішню опозицію й підвищити ризик зовнішнього втручання. Однак, якщо КНР зможе сформувати підтримку своїх норм, цінностей і моделі розвитку, це допоможе їй нейтралізувати потенційні виклики та загрози.

Найбільш відкритим і прямим інструментом стратегічних комунікацій Пекіна є поширення його наративів через державні ЗМІ. Ці друковані, радіо- та телевізійні ресурси здебільшого орієнтовані на масову аудиторію, проте, завдяки налаштованому контенту й багатомовним форматам, вони можуть бути спрямовані на окремі цільові групи, зокрема китайську діаспору. Охоплення «закордонних китайців» уже тривалий час є одним із ключових пріоритетів КНР, оскільки воно сприяє формуванню позитивного ставлення до її політики та зменшенню ймовірності інакодумства. Водночас використання державних медіа має свої компроміси: хоча це дає змогу КНР зберігати контроль над змістом і способом його поширення серед цільової аудиторії, це також підриває довіру до інформації, зважаючи на поширений скептицизм щодо незалежності китайських медіа, як державних, так і приватних [3].

КНР володіє значною кількістю державних медіаресурсів, через які здійснює прямий контроль для поширення наративів, вигідних Комуністичній партії Китаю. Серед її друкованих ЗМІ – People's Daily (Renmin Ribao), що має англomовну версію; China Daily, офіційна англomовна газета; Global Times (Huanqiu Shibao), яка випускається китайською й англійською мовами; а також Sankao Xiaoxi, що публікується інформаційним агентством Xinhua. Крім того, Пекін володіє великими мультимедійними холдингами, зокрема Центральним телебаченням Китаю (CCTV), що відіграє роль національного мовника; Китайською глобальною телевізійною мережею (CGTN), яка транслює контент п'ятьма мовами; Китайським національним радіо (CNR) та Міжнародним радіо Китаю (CRI), яке веде мовлення більш ніж 60 мовами. Додатково уряд контролює інформаційне агентство Xinhua й службу новин Китаю, обидва з яких є державними ЗМІ та мають англomовні вебресурси [3].

Державні медіа КНР мають глобальне охоплення: не існує країни, де б не транслювався хоча б один із їхніх каналів. Іноземна аудиторія може взаємодіяти з контентом китайських державних ЗМІ через різні канали, зокрема місцеві філії Xinhua, People's Daily, China News Service й CCTV/CGTN; радіомовлення та супутникове телебачення КНР; друковані видання; а також онлайн-ресурси, адаптовані до мовних уподобань цільових країн. Серед цих платформ найбільший вплив мають телебачення, радіо та персоналізовані вебсайти, орієнтовані на місцеву аудиторію, тоді як фізичні філії відіграють другорядну роль. Друковані газети китайських державних медіа за кордоном поширюються значно рідше.

Пекін спрямовує значну частину своїх державних засобів масової інформації на Європу та Азію, зміцнюючи комунікаційні й дипломатичні

зв'язки з провідними економіками та сусідніми країнами. Ще однією помітною тенденцією є високий рівень уваги до Африки, яку Китай розглядає як стратегічно важливий регіон через її природні ресурси. Водночас Пекін активно спростовує критику Заходу, що звинувачує його в неоколоніалізмі.

Китайські ЗМІ перебувають під жорстким контролем, а система управління медіаіндустрією з боку КПК є глибоко інституціоналізованою. У рамках масштабної реформи в березні 2018 р. президент Сі Цзіньпін об'єднав три основні державні медіакомпанії – Міжнародне телебачення Китаю, Міжнародне радіо Китаю та Національне радіо Китаю – у єдину структуру під назвою «Голос Китаю», що за концепцією нагадує «Голос Америки» [5]. Контроль над «Голосом Китаю», а також над China Daily, Xinhua й іншими державними медіа перейшов під нагляд Департаменту пропаганди КПК [4], що дало змогу консолідувати партійний вплив як на державні, так і на приватні ЗМІ, а також регулювати взаємодію з іноземними журналістами. Крім прямого контролю над державними медіа, КНР має можливість здійснювати «опосередкований вплив» на інші ЗМІ через урядові постанови, партійний нагляд та обмежений рівень свободи преси.

Керовані КНР засоби масової інформації створюють онлайн-платформи, що пропонують адаптований контент офіційними й популярними мовами цільових країн, а не просто дослівні переклади. Це дає Пекіну ефективний і відносно недорогий інструмент для розширення охоплення аудиторії. Паралельно використовуються соціальні мережі, такі як X (колишеї Twitter), YouTube і Facebook, хоча їх застосування часто обмежене для громадян Китаю.

Так само, як КНР інвестувала в інфраструктуру для глобального поширення свого контенту, вона також прагне створювати більш адаптований до місцевої аудиторії матеріал. Це реалізується через стратегію локалізації, яка включає залучення місцевих журналістів для репортажів, водночас зберігаючи контроль за редакційними й управлінськими позиціями в руках китайських фахівців [7].

Зважаючи на наявну недовіру щодо незалежності китайських державних медіа, Пекін обрав ефективну стратегію для подолання цього бар'єру: установлення зв'язків із зарубіжними ЗМІ та журналістами, які б могли відігравати привабливих комунікаторів. Хоча така співпраця передбачає певну втрату контролю над змістом повідомлень, вона має низку переваг для стратегічних комунікацій КНР. Локальні ЗМІ вже мають усталену аудиторію, що дає Пекіну змогу швидко інтегруватися в наявні мережі й ефективніше поширювати власні наративи [3]. Замість того щоб

самостійно адаптувати контент до місцевого контексту, Китай делегує цей процес партнерам. Крім того, вітчизняні медіа в цільових країнах мають більшу довіру серед місцевої аудиторії, ніж китайські державні ЗМІ.

Один із ключових методів використання «локального авторитету» – це партнерства з обміну контентом (Content Sharing Partnerships – CSP). Китай уклав 429 таких угод, що уможливають спільне використання, передрук або створення контенту між китайськими державними медіа та ЗМІ цільових країн. CSP охоплюють різні типи медіа – друковані, цифрові, телевізійні й радіо, а також включають 36 китайських медіаорганізацій на національному та регіональному рівнях. Угоди про партнерство передбачають такі можливості, як надання місцевим ЗМІ безкоштовного щоденного сервісу обміну інформацією Xinhua, відтворення новин CCTV як частини висвітлення міжнародних новин або використання у своїй діяльності софту й обладнання китайських державних ЗМІ. Важливою складовою частиною багатьох угод CSP є створення контенту місцевою мовою, що робить китайські наративи доступнішими для ширшої аудиторії. [3].

На практиці партнерства з обміну контентом дають змогу Пекіну безпосередньо інтегрувати наративи КНР у місцеві медіа з мінімальним редагуванням, що ускладнює для аудиторії усвідомлення того, що вона споживає матеріали, створені в межах пропагандистської стратегії КПК. Публікація контенту китайських державних медіа через місцеві інформаційні платформи зазвичай не розкриває його першоджерела, що може вводити читачів в оману щодо походження матеріалів. Ця проблема особливо актуальна для країн з обмеженими ресурсами для виробництва якісного контенту, який відповідає журналістським стандартам.

Пекін також активно співпрацює із журналістами та редакторами по всьому світу, впливаючи не лише на тематику висвітлення подій, але й на його тональність. Один із ключових методів такого впливу – надання можливостей для професійного розвитку місцевих журналістів. Це може відбуватися через участь у навчальних програмах на місцях або через журналістські обміни, які передбачають поїздки до Китаю.

Зокрема, Китайська радіо-телекомпанія міжнародного техніко-економічного співробітництва організовує технічні навчальні курси з управління радіо- та телебаченням, орієнтовані переважно на країни, що розвиваються. Програма таких курсів уключає лекції про систему мовлення КНР, візити до китайських державних медіа й знайомство з виробництвом радіо- та телевізійного обладнання [3]. Журналістські обмінні програми в Пекіні слугують ефективним інструментом для встановлення зв'язків і

формування прихильного ставлення до Китаю серед окремих журналістів. Очікується, що після таких поїздок вони з більшою ймовірністю висвітлюватимуть події, пов'язані з КНР, у позитивному ключі.

Китай застосовує різні методи впливу на роботу журналістів як усередині країни, так і за її межами, застосовуючи систему стимулів і покарань. Лояльні медійники отримують привілеї, тоді як критично налаштовані можуть стикатися з обмеженнями. Доступ до офіційних осіб, акредитація на ключові події та робочі візи слугують інструментами контролю, які надаються або обмежуються залежно від позиції журналіста щодо китайської влади. Пекін також регулює участь у заходах і можливість отримання коментарів від урядовців. Санкції можуть включати втрату професійних перспектив, фінансовий тиск або навіть жорсткіші заходи, такі як погрози чи фізичне переслідування.

КНР співпрацює з відомими людьми в міжнародному інформаційному середовищі, щоб сформувати їхні погляди та публічні заяви відповідно до своїх бажаних наративів. Набір інструментів кооптації Пекіна включає потенційно корупційну взаємодію з політичними елітами, надання посад у радах й академічних призначень в обмін на посилення про-КНР наративів, угоди з містами-побратимами, які можуть установлювати вимоги щодо схвалення політики КНР, взаємодію між партіями на субнаціональному рівні для створення підтримки політичної системи КНР, а також позитивного зображення взаємодії з Пекіном [4].

Останнім часом КНР активно використовує цифрові переслідування як частину стратегічних комунікацій, спрямованих не лише на журналістів, а й на широку аудиторію. Завдяки розвитку штучного інтелекту та інших технологій держави можуть ефективніше застосовувати «обчислювальну пропаганду», поєднуючи автоматизованих ботів із людським контролем для поширення дезінформації або відволікання уваги. Використання ботів і тролів робить ці методи особливо прихованими, оскільки вони створюють ілюзію реальних користувачів, не розкриваючи справжню особу чи організацію, яка керує акаунтом. Це ускладнює виявлення й доведення зв'язку з державними структурами.

Однак ці інструменти часто використовуються в поєднанні з відкритими каналами комунікації. Наприклад, офіційні джерела можуть навмисно підхоплювати та поширювати історії, створені троями, щоб підсилити свій меседж. Водночас тролеферми та боти можуть просувати офіційні наративи, підсилюючи зусилля державних медіаресурсів через альтернативні канали. Така взаємодія прихованих і відкритих механізмів спрямована на маніпулювання тим, яку вагу й значущість надають окремим

подіям чи новинам у порівнянні з іншими (Kluver et al., 2020). Кінцевим результатом такої тактики є створення так званого «брендспойта брехні», який дає змогу КНР використовувати цілодобовий цикл новин і масштаби інтернету для постійного поширення неправдивої або відволікаючої інформації з обсягом і швидкістю, яким важко протидіяти [3].

Окрім своїх виступів на міжнародній медіаарені, КНР також застосовує більш персоналізовану публічну дипломатію для побудови міжлюдських зв'язків між громадянами Китаю та іноземними громадянами в країнах-партнерах. З огляду на дії інших іноземних держав, КНР інвестувала значні кошти в освітні й культурні програми обміну протягом останніх двох десятиліть – відкриваючи мовні та культурні центри за кордоном, пропонуючи щедрі стипендії й зменшуючи інші бар'єри для підвищення попиту на навчання в Китаї, а також надаючи професійне навчання та технічну допомогу.

Така практика має подвійне стратегічне обґрунтування. У короткостроковій перспективі ці шляхи створюють стосунки й доброзичливість, які, як сподівається Пекін, посилять прихильність до китайської культури, устрою та наративів. У довгостроковій перспективі, коли ці соціальні зв'язки розвиваються, колишні учасники освітніх і культурних програм частіше отримують ідеї, товари й послуги від китайських колег. При цьому пріоритетною цільовою аудиторією таких ініціатив є діти представників уряду, армії, промисловості та культурних еліт. Отже, це довгострокова інвестиція в завоювання друзів і союзників у наступному поколінні лідерів.

Ще один інструмент м'якої сили Китаю – Інститути Конфуція (ІК) та Класи Конфуція (КК). Вони мають повноваження популяризувати китайську мову й культуру за кордоном. Інститути Конфуція зазвичай є частиною місцевих університетів у країні-партнері та сприяють співпраці з китайським бізнесом. Класи Конфуція часто встановлюються в середніх школах або як супутники більших Інститутів Конфуція в країні, або як самостійні заклади з набагато меншою сферою впливу й меншими ресурсами. Ці структури надають доступ до мовних занять, китайських культурних матеріалів, культурних заходів для приймаючої школи чи громади, а також сприяють участі в програмах обміну та навчання за кордоном у Китаї.

Станом на 2019 р. у світі діяло 548 Інститутів Конфуція в 140 країнах [9]. Однак останніми роками простежено зменшення кількості Інститутів Конфуція, особливо в США, де їх кількість досягла піку у 2018 р. з приблизно 100 інститутами, але з того часу багато з них були закриті.

Станом на 2022 р. у всьому світі функціонувало 448 Інститутів Конфуція. Більшість із них у Європі (39 %) та Азії (27 %). Проте Африканський континент є перспективним регіоном, який цікавить КНР і тут розміщена третя за величиною частка КІ [3]. Динаміка поширення Інститутів Конфуція свідчить про швидке зростання їх кількості в перше десятиліття після заснування, із подальшим зменшенням у деяких країнах через політичні й безпекові міркування [8].

Інвестиції КНР у центри Конфуція тісно пов'язані з іншою сферою – освітнім обміном. Китай позиціонує себе як провідне місце навчання за кордоном, конкуруючи з іншими популярними місцями, такими як США, Європа, Японія й Австралія. ІК та КК слугують багатьом цілям у цьому плані: ознайомити іноземних студентів із можливостями навчання в Китаї, сприяти можливостям отримання стипендій та забезпечити необхідну мовну підготовку. Крім того, КНР також застосувала послаблення візових обмежень для студентів з інших країн.

Посольства КНР сприяють освітньому обміну, залучаючи іноземних студентів до навчання в Китаї та мобілізуючи китайських студентів за кордоном як культурних «послів». Президент Сі Цзіньпін закликав переконувати студентів-емігрантів у їх відповідальності за поширення «патріотичної енергії» для реалізації «Китайської мрії». Це викликало негативну реакцію в демократичних країнах, котрі почали ретельніше перевіряти діяльність Асоціацій китайських студентів і науковців (CSSA) через їхній зв'язок із китайськими посольствами. Існують побоювання, що Китай може використовувати відкритість демократичних суспільств у своїх інтересах. Водночас КПК, імовірно, розглядає китайських студентів за кордоном як інструмент стратегічної комунікації з місцевими громадами [3].

Крім студентів, КНР зосереджується на професійній підготовці державних службовців і фахівців. Через місцеві навчальні програми в країнах-партнерах та стажування в Китаї Пекін одночасно впливає на професійні стандарти й зміцнює зв'язки з місцевими спільнотами. Зокрема, КНР навчає правоохоронців, прикордонників і представників правосуддя, що надає їй додатковий важіль впливу на ключових осіб, відповідальних за дотримання верховенства права.

Пекін просуває кілька загальних наративів у своїй діяльності з телемовлення, освіти та культурного обміну. Послідовна нитка – це спроба змінити норми й переформулювати наративи, пов'язані з управлінням і правами людини, таким чином, щоб це сприяло його інтересам. Замість того, щоб відкидати права людини, КНР прагне змінити їх визначення:

наголошуючи на пріоритеті колективних прав над індивідуальними та економічних прав над політичними. Він підносить модель розвитку КНР як таку, до якої можуть прагнути інші країни, Пекін як «доброго сусіда» й «відповідального глобального лідера», зацікавленого у взаємовигідних рішеннях і співпрацюючи як частину «спільноти спільної долі». Ці загальні рефрени не тільки в державних ЗМІ КНР та комунікаціях вищого керівництва, але й підкріплюються її освітніми програмами й програмами обміну, які навчають журналістів, правоохоронців, прикордонних патрульних агентів, чиновників юстиції, майбутніх лідерів серед інших ключових демографічних груп [1].

КНР ефективно поєднує мовлення, публічну дипломатію та економічний вплив у своїй зовнішній політиці. Будучи найбільшим фінансистом закордонних проєктів розвитку, провідним офіційним кредитором і головним торговим партнером для 70 % країн світу, Пекін підкріплює свій вплив економічною силою. Він активно висвітлює власну фінансову допомогу через державні ЗМІ, а інститути Конфуція та культурні центри сприяють популяризації китайської мови й освіти як шляхів до нових економічних можливостей.

Просування КНР цифрового авторитаризму змінює глобальне інформаційне середовище таким чином, щоб сприяти пропаганді, дезінформації та цензурі з боку Пекіна. Технології й норми, які Пекін експортує, створюють архітектуру для цільового обміну повідомленнями та ідентифікації критичних голосів за кордоном. Наприклад, Washington Post виявила, що Пекін придбав програму для аналізу соціальних медіа для створення бази даних іноземних науковців і журналістів, а також іншу програму для моніторингу дискусії Заходу про Гонконг та Тайвань. Масовий збір даних такими фірмами, як Global Tone Communication Technology Co. Ltd., дочірньою компанією державної корпорації, яка остаточно контролюється Департаментом пропаганди КПК, допомагає Пекіну уточнити розуміння можливих загроз державній безпеці за допомогою аналізу великих даних на теми, що викликають інтерес у регіональній аудиторії [4].

Діяльність корпорацій КНР за кордоном сприяє збору даних для точного налаштування маніпулювання інформацією КНР. У звіті Національної розвідувальної ради США за 2020 рік зазначено, що широкий комерційний доступ до даних дасть змогу Пекіну «автоматизувати ідентифікацію осіб й організацій» за межами КНР, щоб націлити їх на операції з маніпулювання інформацією. Наприклад, Центральний відділ

пропаганди КПК намагається видобути публічні дані соцмереж, щоб відстежувати негативні настрої іноземних держав щодо керівництва КНР [4].

3. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Отже, стратегічні комунікації КНР поєднують дипломатію, економічний вплив, культурну експансію та інформаційну політику, створюючи багатовимірну систему просування національних інтересів. Китай активно застосовує інститути Конфуція, освітні програми, культурний обмін і державні ЗМІ для формування позитивного іміджу країни за кордоном та популяризації власних наративів. Ініціатива «Один пояс, один шлях», інвестиційні проєкти та фінансова допомога є не лише економічними інструментами, а й засобами зміцнення впливу Китаю на міжнародній арені. КНР застосовує жорстку цензуру в медіапросторі й намагається впливати на міжнародні медіа, використовуючи як офіційні, так і неофіційні канали для просування своїх стратегічних наративів.

Активна комунікаційна експансія Китаю викликає побоювання щодо потенційного втручання у внутрішні справи інших країн, що спричиняє зростаючий спротив із боку демократичних держав та обмежувальні заходи проти китайських інформаційних ініціатив.

Загалом, стратегічні комунікації КНР є добре структурованою й гнучкою системою, яка адаптується до глобальних викликів і відіграє ключову роль у зміцненні впливу Китаю у світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bērziņa-Čerenkova, U. A. (2020). *The People's Republic of China and the Russian Federation as Strategic Allies*. Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 26 p.
2. *China's Global Influence: Perspectives and Recommendations*. Edited by McDonald S. D., Burgoyne M. C. *Asia-Pacific Center for Security Studies*, 2019, 307 p. URL: <https://apps.dtic.mil/sti/tr/pdf/AD1083478.pdf>
3. Custer, S., Baehr, A., Burgess, B., Dumont, E., Mathew, D., Hutchinson, A. *Winning the Narrative: How China and Russia Wield Strategic Communications to Advance Their Goals*. URL: <https://docs.aiddata.org/reports/gf01/gf01-04/Winning-the-Narrative-How-China-and-Russia-Wield-Strategic-Communications-to-Advance-Their-Goals.html>
4. Global Engagement Center Special Report: *How the People's Republic of China Seeks to Reshape the Global Information Environment*. GEC, 2023, 58 p. URL: https://www.state.gov/wp-content/uploads/2023/09/HOW-THE-PEOPLES-REPUBLIC-OF-CHINA-SEEKS-TO-RESHAPE-THE-GLOBAL-INFORMATION-ENVIRONMENT_Final.pdf

5. Insisa, A. (2021). China's Discourse on Strategic Communications: Insights into Pre External Propaganda. Defence Strategic Communications. *The official journal of the NATO Strategic Communications Centre of Excellence*, vol. 10, Spring – Autumn 2021, p. 111–152.
6. Kluver, Z., Cooley, S., Hinck, R., Cooley, A. (2020). Propaganda: Indexing and Framing and the Tools of Disinformation. *MESA. The Media Ecology and Strategic Analysis Group*. December, 2020. URL: https://nsiteam.com/social/wp-content/uploads/2020/12/Quick-Look_Propaganda-and-Disinformation-in-Networked-Societies_FINAL.pdf
7. Repnikova, M. China-Russia Strategic Communications: Evolving Visions and Practices. URL: https://docs.aiddata.org/ad4/pdfs/gf1_05_China-Russia_Strategic_Communications.pdf
8. Spalding, R. (2019). Stealth War: How China Took Over While America's Elite Slept, *Portfolio*, 256 p.
9. There are 548 "Confucius" Institutes in the world. *Telegraph*. URL: <https://telegraph.com/en/there-are-548-Confucius-Institutes-in-the-world/>

REFERENCES

1. Bērziņa-Čerenkova, U. A. (2020). The People's Republic of China and the Russian Federation as Strategic Allies. Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 26 p. (in English).
2. China's Global Influence: Perspectives and Recommendations. Edited by McDonald S. D., Burgoyne M. C. *Asia-Pacific Center for Security Studies*, 2019, 307 p. URL: <https://apps.dtic.mil/sti/tr/pdf/AD1083478.pdf> (in English).
3. Custer, S., Baehr, A., Burgess, B., Dumont, E., Mathew, D., Hutchinson, A. Winning the Narrative: How China and Russia Wield Strategic Communications to Advance Their Goals. URL: <https://docs.aiddata.org/reports/gf01/gf01-04/Winning-the-Narrative-How-China-and-Russia-Wield-Strategic-Communications-to-Advance-Their-Goals.html> (in English).
4. Global Engagement Center Special Report: How the People's Republic of China Seeks to Reshape the Global Information Environment. *GEC*, 2023, 58 p. URL: https://www.state.gov/wp-content/uploads/2023/09/HOW-THE-PEOPLES-REPUBLIC-OF-CHINA-SEEKS-TO-RESHAPE-THE-GLOBAL-INFORMATION-ENVIRONMENT_Final.pdf (in English).
5. Insisa, A. (2021). China's Discourse on Strategic Communications: Insights into Pre External Propaganda. Defence Strategic Communications. *The official journal of the NATO Strategic Communications Centre of Excellence*, vol. 10, Spring – Autumn 2021, p. 111–152 (in English).
6. Kluver, Z., Cooley, S., Hinck, R., Cooley, A. (2020). Propaganda: Indexing and Framing and the Tools of Disinformation. *MESA. The Media Ecology and Strategic Analysis Group*. December, 2020. URL: https://nsiteam.com/social/wp-content/uploads/2020/12/Quick-Look_Propaganda-and-Disinformation-in-Networked-Societies_FINAL.pdf (in English).
7. Repnikova, M. China-Russia Strategic Communications: Evolving Visions and Practices. URL: https://docs.aiddata.org/ad4/pdfs/gf1_05_China-Russia_Strategic_Communications.pdf (in English).

8. Spalding, R. (2019). *Stealth War: How China Took Over While America's Elite Slept*, *Portfolio*, 256 p. (in English).

9. There are 548 "Confucius" Institutes in the world. *Telegraph*. URL: <https://telegraph.com/en/there-are-548-Confucius-Institutes-in-the-world/> (in English).

Матеріал надійшов до редакції 17.06.2025 р.

УДК 355.01:316.776.23]:355.48(477:470)"2014..."

Борис Роговий,

аспірант факультету міжнародних відносин спеціальності
291Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
Rohovyi.Borys@vnu.edu.ua,
ORCID ID: 0009-0003-1560-9900,
DOI 10.29038/2524-2679-2025-02-106-121

ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАГРОЗИ ТА ВЕКТОРИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Досліджено сучасні загрози для медіа та інформаційних систем, тенденції розвитку методів ведення інформаційних воєн у контексті російсько-української війни ХХІ ст. Детально розглянуто історію розвитку процесу інформаційно-психологічних операцій російської федерації проти України, ресурсну базу та інституції, задіяні в реалізації деструктивних інформаційних впливів. Описано методологію ведення інформаційних операцій, їх особливості й характерні риси в період із початку 2014 року до 2022 р. Проаналізовано загрози й виклики, пов'язані зі стрімким розвитком технологій штучного інтелекту, та досліджено методи застосування ШІ в інформаційних операціях деструктивного характеру. Описано шляхи використання російською федерацією технологій штучного генерування зображень, аудіо-, відео- й тестового матеріалу для здійснення інформаційно-психологічних атак перед і під час повномасштабного вторгнення росії до України. Доведено, що інтенсивність і складність деструктивних