**Харитонов Антон Игоревич**

Российский Государственный Гуманитарный Университет

Аспирант второго года обучения

**ВНЕШНЯЯ ПРОПАГАНДА КНР КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ**

**«МЯГКОГО» ВОЗДЕЙСТВИЯ – РЕАЛИИ И ПРОБЛЕМЫ**

Начиная с конца 1980-х г. руководство Китая рассматривает информационный менеджмент в качестве одного из главных приоритетов правительства. На эту сферу затрачиваются огромные финансовые ресурсы и поддерживается внушительная бюрократическая система для осуществления инициатив пропаганды.

 Внешняя пропаганда КНР нацелена на определенную целевую аудиторию, подразделяющуюся на две группы: китайских иммигрантов и иностранных граждан.

В своей пропагандистской деятельности Китай использует подконтрольные СМИ государственного уровня, такие как ChinaDaily, BeijingReview, CCTV, ChinaRadioInternational, онлайн версияPeople’sDailyи China.org – главный интернет портал для международной пропаганды КНР и ForeignLanguagePress.

8 августа 2014 г. Си Цзинпинь предложил проект новогоинновационного менеджмента СМИ. Он заявил, что Китай намерен создавать «новый тип мейнстримногомедийного контента» который будет мощным, влиятельным и заслуживающим доверие масс. В данной стратегии слияние и поглощение являются основными средствами для влияния на общественное мнение зарубежной публики, а традиционные и современные СМИ интегрируются на базе мультиплатформенного подхода. В отличие от эры Ху Цзиньтао, расширение СМИ и международной пропаганды будет финансироваться формирующимися информационными конгломератами и последующей коммерциализацией медийной сферы. Таким образом, уже и так достаточно привилегированная сфера СМИ в КНР после подобных реформ и приобретения ряда экономических свобод станет еще более прибыльной.

С момента объявления нового направления развития зарубежная пропаганда Китая вышла на новый уровень, характеризующийся большей поступательностью. Существует ряд новых принципов, доминирующих в работе внешней пропаганды КНР в настоящее время: «нести благую весть о Китае», «китайская мечта» и «богатая страна, сильная оборона».

Несмотря на попытки реформирования, сегодня в международной сфере существуют два фактора, лимитирующие успехи данного проекта. Первый – опасения зарубежных акторов международной политики, касающиеся националистической составляющей политики «китайской мачты». Второй – нежелание КПК использовать открытое гражданское общество с целью генерирования «мягкого» влияния. Таким образом, по причине неготовности КПК к либерализации сферы СМИ и предоставления больших возможностей частным лицам потенциал данной сферы, по всей видимости, останется не реализованным в полной мере.