

УДК 327:316.77(510+4)(045)

*С.П. Поцелуев, В.П. Бахтоярова***КИТАЙ И ЕВРОПА: ИНФОРМАЦИОННАЯ ГЕОПОЛИТИКА В ЭПОХУ НОВЫХ МЕДИА**

Статья посвящена (гео-)политическим стратегиям ЕС и Китая в современном коммуникативном пространстве, опосредованном интернет-технологиями. В качестве основных признаков этого пространства авторы выделяют наличие единого и неделимого офлайн- и онлайн- социума; перманентный и прогрессивный характер коммуникации; использование новых технологий информационного обмена; внедрение новых коммуникаторов в среду благодаря техникам манипуляции и воздействия; развитие свободного обмена идеями и информацией, невзирая на границы. Авторы отмечают, что политическая коммуникация сегодня напрямую выражает суть информационного общества и тем самым – как его новые возможности, так и риски для продвижения идеологических смыслов и реализации властных целей. В последние годы безусловная гегемония Запада в мировом коммуникативном пространстве сменяется острой конкуренцией с Китаем. При этом участники данной конкуренции стремятся ограничить доступ в свои пространства источников информации со стороны конкурента. Авторы показывают, как это работает на примере европейских и китайских медиа. Отдельно в статье анализируется формирующийся поворот к новой глобальной коммуникации, подверженной китайскому влиянию. В сравнительной перспективе указаны ключевые особенности европейского коммуникативного пространства в современных политических реалиях. Далее, в статье показывается, что создание собственной социальной сети в Китае (WeChat), а также улучшение процесса взаимодействия внутри китайского сообщества (открытие блогерских площадок и т. п.), привело к распространению внутренних идеологически значимых сетей за пределы КНР. Это привлекло в культурную среду данной страны представителей других государств и регионов. Авторы делают вывод, что благодаря этому процессу наблюдается не только конкуренция за доминирование в глобальном коммуникативном пространстве, но также тенденция к улучшению взаимодействия стран во всех сферах жизни.

Ключевые слова: глобализация, Китай, Европейский союз (ЕС), коммуникация, социальные сети, коммуникативное пространство.

DOI: 10.35634/2587-9030-2023-7-4-511-519

Ссылка на статью:

Поцелуев С.П., Бахтоярова В.П. Китай и Европа: информационная геополитика в эпоху новых медиа // Вестн. Удм. ун-та. Социология. Политология. Международные отношения. 2023. Т. 7, вып. 4. С. 511–519. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2023-7-4-511-519>

Введение

Тоффлеровская концепция информационной цивилизации наводит нас на мысль, что любые трансформации, происходящие сейчас в мире, не могут существовать без интернета [6]. Связанные с ним новые ресурсы способствуют появлению дополнительных возможностей и формируют предпосылки к принципиально новому воздействию на международные процессы. Объем данных, перерабатываемых человеком лично, и обществом в целом, за последние 50 лет значительно вырос. Современный индивид способен перерабатывать в 7 раз больше информации, чем человек, живший в семидесятые годы 20-го века, а если сравнить с человеком 17-го века, то известно, что он за всю свою жизнь обрабатывал меньше информации, чем мы за месяц.

Постиндустриальное (информационное) общество принесло с собой много новшеств в жизни человека, а главное – изменило восприятие человеком самого себя и окружающего мира. В результате возник новый культурный тип человека, суть которого заключается в синтезе реальной и виртуальной коммуникации, её преобразовании в единое пространство общения и взаимодействия. Но внедрение информационной паутины интернета не только изменяет способы коммуникации в современном обществе, но и трансформирует саму ее структуру. Меняются этапы социализации и адаптации нового поколения людей, они становятся более стремительными и многовекторными. Как утверждал японский футуролог Е. Масуда, информационные технологии характеризуются настолько революционизирующим действием, что могут привести к замене классов на социально недифференцированные информационные сообщества [8]. Впрочем, уже Эмиль Дюркгейм в своей работе «Элементарные формы религиозной жизни» предугадал развитие межгрупповой, национальной коммуника-

ции, пришедшее на конец 20-го – начала 21-го века. Он увидел возможность стирания национальных и культурных границ, деградации многокультурного мира и перехода к монополистическому, усредненному сообществу с доминированием пустых, но громогласных смыслов и легкодоступных идей [3]. Проблематика общемировых коммуникационных процессов оказывается и в фокусе социальных исследований в наши дни. Ученые всё чаще задаются вопросом, как работает коммуникация посредством новых медиа, каково влияние человека на процессы в данной сфере, каковы политические смыслы и эффекты этого влияния [5].

Интернет и социальные сети «обволакивают» сообщество новыми связями, выстраивают виртуальную иерархию между коммуникаторами, повышая политическую и социальную активность акторов. Вирусы, шпионские программы, сетевые атаки хакеров, спам и т. д. способствуют распространению определенных политических идей в виртуальном пространстве, а также формированию групп единомышленников, которые транслируют сформированный контент и смыслы за пределы сообщества коммуникаторов, для привлечения в среду новых групп, сообществ и государств [14]. Сами растущие потоки информации заставляют людей пересматривать своё окружение и искать сообщества, которые будут соответствовать их запросам и отвечать их интересам.

Граждане и политические лидеры

Таким образом, коммуникация в виртуальном интернет-пространстве позволяет в свободной форме связывать граждан с политическими лидерами (через Twitter, Facebook, Instagram) и в режиме реального времени передавать настроение людей, корректировать его, объединять группы единомышленников, проживающих на разных континентах и в разных политических сообществах (конфликтующих, нейтральных и т.д.). Возникает общий гражданский форум, которому способствуют локальные социальные сети, созданные на определенной территории (как, например, социальная сеть Нидерландов, объединяющая практически всё население Северной Европы), региональные (WeChat) и международные. Однако этот форум тоже становится пространством реализации властных (политических) стратегий. При этом может осуществляться фильтрация информационных потоков в целях контроля над коммуникативным пространством в определённой сфере или каком-то регионе. Таким образом, в сетевом пространстве может достигаться согласие на уровне управляющих и управляемых. Но в этом же пространстве могут провоцироваться протесты и конфликты. В обоих случаях за этим может стоять отмеченное социальным теоретиком М. Постером объединение виртуальной и офлайн реальности.

Коммуникации в сети – через игры, онлайн-конференции, встречи, – выводят проблему восприятия реальности на новый уровень. Современные акторы переносят из онлайн-пространства идентичность, мировоззрения и т. д., что способствует отходу от фактической реальности и формированию симуляционной культуры, социума, политики. Это даёт возможность многовариантности выбора, возврата к отправной точке, для преодоления препятствий с лёгкостью и без ошибок, и жизни во множестве реальностей. Подобное существование ставит под угрозу реальный мир, так как сетевая реальность способна порождать новые культурные идентичности, модели поведения, что впоследствии сформирует новое сообщество, живущее без «привязки» к реальности. При этом те или иные политически значимые коммуникаторы могут быть внедрены либо выведены из виртуального пространства коммуникаций.

Политики и партии, государства и межгосударственные объединения используют упомянутые особенности современной коммуникативной среды для реализации своих властных стратегий [10]. Д. Валенцо, итальянский ученый и журналист, утверждает в своей аналитической записке для Колледжа Европы, что стратегический подход к определению места коммуникативных связей и сетей в современном обществе играет ключевую роль для построения геополитической реальности и внедрения новых подходов с целью быстрого реагирования на рост глобальной конкуренции в виртуальной среде [9].

Международное сообщество в лице различных организаций и союзов (ООН, НАТО, Шанхайская Организация Сотрудничества) активно использует сегодня ресурс социальных сетей в целях продвижения (в форме мягкой силы) своей политики не только внутри конкретного сообщества (например, Европейского или Азиатского), но и за его пределами, для решения глобальных политических вопросов.

Можно с уверенностью сказать, что на современном этапе мирового развития наблюдается рост и укрепление таких новых центров силы, как Индия, Китай, страны Африки. Результатом этого про-

цесса оказывается ослабление доминирования Запада (прежде всего США), в том числе, в коммуникативном пространстве. В локальных, региональных центрах заметно образование и укрепление новых коммуникационных режимов, в том числе, благодаря новым технологическим средствам, разработанным для укрепления сетевой коммуникации и привлечения социальных акторов в качестве носителей новых идей и смыслов.

Роль Китая

Рассматривая Китай как одну из важных составляющих этого процесса, необходимо заметить, что за последние годы число пользователей китайскими социальными сетями резко увеличилось, что связано с тенденцией роста численности лиц, изучающих китайский язык, интересующихся культурой Китая. Всё это является следствием эффективной политики «мягкой силы» китайского правительства. Возникает вопрос: почему же китайцы не пользуются уже известными социальными сетями, а создали свою? И почему представители западного сообщества все чаще переходят на китайский аналог Facebook, VK и Twitter – WeChat [4].

Рассматривая этот вопрос, следует в первую очередь акцентировать внимание на том, что китайское правительство контролирует поток приходящей в страну информации, дабы не ставить под угрозу доминирующие ценности, смыслы и идеи, транслируемые КПК. Данная практика напрямую связана с поставленной китайскими коммунистами целью – «великим возрождением китайской нации» как «модернизированного социалистического государства с китайской спецификой» [15]. Это создает некую идеологическую «дистанцию» между Китаем и остальным миром, которая объясняет информационно-коммуникативную политику КПК. В соответствии с этим в Китае началась разработка собственных браузеров, социальных сетей, важной частью которых стал обычный человек. Именно под среднестатистического китайского жителя формировался и разрабатывался новый проект. Интернет в КНР – это действенный инструмент реализации конкретных политических и социальных программ.

Основная цель правительства КНР – это продвижение идеи китайского коммуникативного пространства и его адаптация к меняющимся историческим условиям, включая разработку общей стратегии коммуникативного пути Азии. «Один пояс и один путь» стал не только экономической стратегией глобализации, но и позиционировал на международной арене образ китайского коммуникатора как субъекта сотрудничества и прогресса [1].

В последние годы КНР транслирует свои исторические традиции и культурные особенности через коммуникативные связи [11]. Очень важно понимать, что влияние китайской коммуникации на глобальную информационную среду в течение последних лет заметно увеличилось. В связи с улучшением взаимодействия между государствами – Китаем с одной стороны, а с другой – его восточными соседями (Японией, Кореей, Сингапуром) и Западом (ЕС, Северной и Южной Америкой), становится довольно престижным изучать китайский язык и жить в Китае, так как это способствует профессиональному росту.

Пытаясь нивелировать ограничительные аспекты своей информационной политики, китайское руководство активно пропагандирует тезис открытости информационного сообщества КНР внешнему миру в целях наращивания культурной «мягкой силы» Китая. Это стало возможным благодаря следующим моментам: появлению китайских блогеров в западных сообществах; позитивному освещению китайской жизни западными и китайскими каналами; наличию возможности у представителей разных государств подключаться к китайским социальным сетям, что помогает налаживать взаимовыгодный контакт и улучшает коммуникативный климат между людьми; позиционированию Китая на пресс-конференциях как одного из общемировых коммуникаторов, ведущему диалог не только с иными государствами, но и с собственными гражданами.

Важно подчеркнуть, что китайский гражданин как коммуникатор начал получать в последние годы не только официальную информацию, но и альтернативную, что свидетельствует о повышении уровня открытости, улучшении качества и технической оснащенности китайского пропагандистского аппарата. И теперь китайский коммуникатор не только потребляет информацию, но и может транслировать её в своей интерпретации другим глобальным коммуникаторам.

В современном Китае граждане, несмотря на преобладающую в государстве коллективистскую ориентацию, получают благодаря личным заслугам определенную степень автономии при выражении своей позиции в коммуникативном пространстве. Это, с очевидностью, позитивно влияет на глобаль-

ную коммуникацию – в нее вливаются новые позиции и мнения. В свою очередь, это привлекает в китайскую коммуникативную среду все больше людей за пределами КНР, которые впоследствии транслируют полученную информацию и тем самым продвигают интересы Китая в мировом сообществе [12]. Так, сегодня во всем мире широко используется созданная в Китае социальная сеть Тик-Ток. Её внедрение способствовало распространению части китайских идеологем в коммуникативное пространство. Тем самым, под руководством Китая началось привлечение новых потоков индивидуумов в ряды глобального информационного сообщества [16].

Создание собственной социальной сети в Китае привело в глобальном масштабе к распространению китайской культуры в разные государства уже посредством этнических китайцев, проживающих во многих частях мира. Именно они формируют глобальные коммуникативные блоки, которые улучшают потенциальные возможности для решения экономических, культурных и политических задач, поставленных китайским правительством, а также формируют лояльную группу, поддерживающую сторону Китая в толковании значимых событий. Зарубежные китайские общины располагают немалыми социальными средствами для привлечения в свои «комьюнити» новых членов, и, располагая значимыми экономическими ресурсами, они способны налаживать информационные потоки в необходимом для КНР направлении. В связи с этим китайское правительство стремится интенсифицировать и расширять контакты с организациями и гражданами Китая [17].

Европейское сообщество, которое мы также рассматриваем в рамках нашего исследования, формирует общеевропейское коммуникативное пространство, которое окончательно еще не сформировалось. Особенности национальных культур, разная информационно-психологическая подготовленность граждан европейских стран и др. мешают реализовать концепцию «европейского коммуникативного единства». Но основная цель руководства ЕС – это создание единого идейного виртуального сетевого пространства и защита существующего «традиционного» восприятия действительности от внешнего воздействия (тем более, появления на рынке новых акторов, способных изменить сознание и восприятие граждан). По этой причине европейские государства всё чаще в последнее время блокируют на своей территории развивающиеся и активно вливающиеся в европейское пространство азиатские технологии, перенаправляют внимание граждан на западные изобретения в сфере коммуникации, а в своих СМИ внушают нецелесообразность включения в новую азиатскую коммуникативную среду.

Важная роль транслятора единой информационной политики в европейском пространстве отводится трансъевропейским СМИ. Руководящие институты Европейского Союза уверены, что созданные внутри сообщества каналы и сети способны преобразовать и поддержать предлагаемые идеи и смыслы. Одним из объединяющих примеров может служить канал Euronews, который вещает на нескольких европейских языках, включая русский, и охватывает более 10 млн жителей ежедневно. Значимы также канал Deutsche Welle, транслируемый в теле- и радиоформате, а также имеющий собственную образовательную платформу в сети Интернет и канал на YouTube.

В ряде европейских стран с целью поддержания отечественных каналов коммуникации, социальных европейских сетей, а также для борьбы против нарушений конфиденциальности и неприкосновенности частной жизни, было создано общественное движение «Европа против Facebook». Его основной целью является лоббирование интересов европейских граждан внутри данной информационной сети, а также защита данных, предоставляемых пользователями не только Facebook, но и Google. Одним из ярких примеров является дело Костеха 2010 года. Испанский гражданин Марио Костеха Гонсалес добился через Европейский суд удаления личных данных из системы Google. Это дело послужило прецедентом для появления закона, который гласит, что каждый гражданин Европейского Союза может обратиться к любой поисковой системе, входящей в юрисдикцию Европейского суда (Азиатские системы не входят в перечень), с требованием удалить свои персональные данные.

Формирование в Европе единого цивилизационного пространства коммуникации является базисом для объединения разных национальных и культурных общностей, что обеспечивает связь между акторами во времени и пространстве (офлайн и онлайн). Это же создаёт поле для массовой коммуникации, которая осуществляется по правилам, заложенным государственными структурами [7].

В политике европейских государств традиционным СМИ, а также новым (социальным сетям и Интернету) отводится роль активного субъекта воздействия на процесс формирования сообщества европейцев как внутри самой Европы, так и за её пределами. Политика ЕС направлена на поддержание процесса включения в единое коммуникативное пространство не только стран Восточной и Центральной Европы, но также представителей «провосточного» пути развития. Условием этого высту-

пает ослабление роли национальной культурной специфики (автономии) и безусловный приоритет наднациональных ценностей.

Исходя из вышеизложенного, можно резюмировать, что коммуникация внутри европейского сообщества сформирована в большей степени благодаря средствам подчинения единому идейному пространству и общим культурным стандартам. Для этого в европейских государствах существует и эффективно функционирует система контроля над информационными потоками, что позволяет успешно сдерживать появление нежелательной информации в теле- и радиовещательной сфере, а также скрывать её в Интернет-пространстве.

Одним из примеров, ярко это подтверждающих, является очевидная однобокость, с какой в европейских медиа освещается актуальный военно-политический конфликт на Украине. При этом ликвидированы альтернативные источники информации с иной трактовкой событий: отключены все каналы российского теле- и радиовещания, введён запрет на новостные каналы, не поддерживающие позицию Украины в данном конфликте. Европейские СМИ стали по факту частью военной мобилизации в информационном пространстве ЕС. Внутри европейского сообщества формируется новая система коммуникативных связей, что стало возможным благодаря следующим социальным сетям: XING, Skyrock, Nyves и т.д. Эта система полностью исключает из текущей ситуации возможность выбора другой идейной стороны, минимизируя вероятность внедрения внешних смыслов и коммуникаторов в данное сообщество.

Можно сделать вывод, что представители Европейского Союза, отстаивающие интересы правящих западных элит, используют Интернет, социальные сети и прочие каналы с целью формирования наднационального виртуального пространства, которое функционирует в рамках единой системы ценностей и идей. Насколько успешным будет этот проект – покажет время, но сегодня очевидно, что ведущаяся западными медиа информационная война против России есть его неотъемлемая часть. Эта война позволяет коллективному Западу акцентировать общность национальных культур перед лицом «варваров с Востока», переводя в тень значимые внутренние различия и противоречия. Но как показал Косовский международный кризис, возникший в результате отделения Косово от Сербии, сегодня еще рано говорить о состоятельности единого коммуникативного пространства Европы, поскольку члены ЕС разделились в этом вопросе на несколько групп: поддерживающих Косово, симпатизирующих Сербии, либо занявших нейтральную позицию. И до сих пор никаких договоренностей относительно решения данного вопроса достигнуто не было. Кажущееся идейное единство европейского коммуникативного пространства как пресловутого «сообщества ценностей» часто оказывается не более чем мимолетным эмоциональным консенсусом перед очередным образом Врага.

В это же время расширение китайского коммуникативного (Интернет) пространства воспринимается Западом настороженно. Часть его представителей скептически и даже враждебно относятся к внедрению и расширению открытого взаимодействия между китайскими социальными сетями (китайскими гражданами) и представителями мирового (особенно западного) сообщества; другая же часть воспринимает попытки вхождения китайцев в систему глобального взаимодействия как шанс наладить взаимоотношения между Востоком и Западом.

Среди критиков китайской информационной политики немало представителей европейских стран, в частности Италии и Германии. В немецких и итальянских медиа можно увидеть отрицательную оценку происходящих в мире перемен, связанных с Востоком, Китаем. При этом парадоксальным образом, к примеру, нынешнее немецкое коммуникативное пространство оказывается не менее замкнутым, чем, как считается, китайское. Китайский национальный Интернет содействует информационному обогащению широких слоев населения, и, в первую очередь молодежи, которая впоследствии транслирует свое отношение в глобальную коммуникативную среду. Благодаря политике правительства КНР формируется новый слой культурных и образованных людей, поэтому китайский Интернет развивается не только как информационная, но и как образовательная сеть, дающая возможность молодежи изучать научные дисциплины и иностранные языки.

Китайские социальные сети

Основными посетителями китайских социальных сетей и площадок являются студенты. Второй по численности является группа молодых мужчин до 30 лет; средний возраст пользователя составляет от 18 до 30 лет. Одной из наиболее широких областей новых коммуникаций в Китае является блоггерство. Создание блогосферы повлекло за собой расширение внутреннего интернет-пространства

Китая, увеличение возможностей коммуникации с представителями западного сообщества. Основная особенность китайской блогосферы состоит в том, что она контролируется и регулируется государством в меньшей степени, чем официальные СМИ. Китайские блогеры часто поднимают темы и выносят на обсуждение вопросы, которые интересуют каждого представителя китайской нации, но которые официальные СМИ не могут обсуждать в силу цензурных ограничений [13].

Если рассматривать исследования, посвященные китайским онлайн-СМИ, то наиболее интересной представляется работа Чжу Гуанлье «Что несет для передачи данных информационная супермагистраль?». Ключевая мысль, которую выражает данный автор, – это то, что любая коммуникация в современном сообществе и в обществе будущего уже не будет прежней. Коммуникативные структуры с каждым годом будут все более обогащаться и формировать глобальные центры коммуникации, одним из которых будет развивающийся коммуникативный Китай [2]. Из данной статьи, а также из ряда других источников, можно сформировать картину интернет-СМИ современного Китая. Основные черты, которыми обладают источники китайской коммуникации, можно определить таким образом: во-первых, формирование быстро развивающихся средств обеспечения интерактивности – электронной почты, социальных сетей (к примеру, на сайтах <http://www.people.com.cn> – газета «Жэньминь жибао», <http://www.sina.com.cn> – «Sina»); во-вторых, расширение возможностей использования гиперссылок, что позволяет увеличить поток информации внутри Китая и за его пределами и тем самым способствовать общению разных людей из многих стран.

Для исследования специфики онлайн-СМИ Китая детально описаны десятки таких типовых ресурсов, как сайты газеты «Жэньминь жибао», Агентство «Синьхуа», коммерческие сайты «Sina» и «Eastday», поисковые машины «Baidu» и «Sohu», сайт Центральной телестанции Китая. Все эти источники способствуют не только объединению отдельных китайских коммуникаторов, но и влияют на формирование Китая как глобального коммуникатора. Несмотря на то, что китайское интернет-пространство ещё не достигло тех возможностей, которыми обладают США и ЕС, мы видим, что с каждым годом в китайских социальных сетях увеличивается число прочих представителей мирового сообщества. Это подтверждает нашу мысль о том, что Китай и его граждане выходят на позиции ведущих онлайн-коммуникаторов в мире. Европейское пространство, наоборот, с каждым годом теряет своих возможных сторонников: в Африке, Азии, Южной Америке. Важно также отметить, что часть европейских стран – под влиянием более качественного азиатского (и в особенности китайского) коммуникативного пространства – изменяют своё видение реальности относительного бытовых или глобальных проблем общества.

Выводы

Изучив проблему, изложенную в данной работе, можно прийти к следующим *выводам*:

Внедрение в современное коммуникативное пространство новых технологий, а также способов коммуникации изменило формат взаимодействия в человеческом сообществе вообще и в политике в частности. Происходит внедрение новых политических акторов в коммуникационную среду, изменение внутренних идейных смыслов, что влияет на политические решения и общую обстановку в мире.

Коммуникативное пространство ЕС, используя СМИ, социальные сети и Интернет, подводит к единому знаменателю транслируемые в нем идеи и смыслы. В тенденции это ослабляет национальные особенности коммуникативных сред европейских стран, но сдерживается сохраняющимися различиями их политических культур и интересов.

Создание собственной социальной сети в Китае, а также характер взаимодействия внутри китайского сообщества, приводят к распространению внутрикитайских сетей за пределы КНР, привлечению в пространство китайской культуры представителей разных национальностей.

Развитие в китайском коммуникативном пространстве блогосферы повлекло за собой не просто проникновение в КНР элементов западной коммуникативной культуры, но превращение этих элементов в часть «коммуникативного пространства с китайской спецификой» при увеличении возможностей коммуникации китайцев с представителями западного сообщества.

Создание специфических китайских онлайн-СМИ влияет на формирование нового глобального коммуникатора – Китая, способного объединить «капиталистическую» и «социалистическую» Азию посредством единого коммуникативного пространства, коррелирующего с общностью экономических и политических стратегий. Одновременно открываются перспективы для вхождения в данное пространство России как государства, находящегося на стыке Европы и Азии, а также Африки и части государств Европы и Латинской Америки.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бергер, Я.М. Китайская модель глобализации // Век глобализации. 2009. № 1. С. 91-97.
2. Ван Чжунминь Влияние современных информационно-коммуникационных технологий на развитие СМИ Китая: дис. ... канд. филолог. наук. М., 2007.
3. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология. М.: Наука, 1998. 485 с.
4. Кошурникова Н.А. Особенности информационной политики современного Китая // Китай: история и современность: Материалы IX Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 22–23 октября 2015 года / Отв. Ред. С.В. Смирнов. Екатеринбург: ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина», 2016. С. 279–284.
5. Пахомова Е.А., Рац Н.А. Человек в информационном мире: ожидания и угрозы // Научный взгляд в будущее. 2016. Т. 10, № 2. С. 56–64.
6. Тоффлер Э. Третья волна. М.: Издательство «АСТ», 2010. 784 с.
7. Чхиквадзе В.В. Массовые коммуникации в европейском процессе интеграции: автореф. дис. ... канд. полит. наук: 23.00.04. М., 1999. 18 с.
8. Masuda J. The Information Society as a Post-Industrial Society. Tokyo, 1980. – 234 p.
9. Valenza D. The Trap of Geopolitics: Rethinking EU Strategic Communication. College of Europe Policy Brief, Bruges, 2021.

Электронные ресурсы:

10. Бронников, И. А. Политическая коммуникация и современность // Юридические исследования. 2013. № 4. С. 66–88. DOI: 10.7256/2305-9699.2013.4.702. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=702
11. Иоселиани А.Д. Антропология глобального мира: человек в современной коммуникативно-информационной сфере // Век глобализации. – 2013. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/antropologiya-globalnogo-mira-chelovek-v-sovremennoy-kommunikativno-informatsionnoy-sfere> (дата обращения: 28.02.2022).
12. Лузянин С.Г., Мамонов М.В. Китай в глобальных и региональных измерениях. Ресурсы и маршруты «Возвышения» // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. 2011. № 16. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kitay-v-globalnyh-i-regionalnyh-izmereniyah-resursy-i-marshruty-vozvyseniya> (дата обращения: 28.02.2022).
13. Подвойский Г.Л. Феномен глобализации по-китайски и проблема евразийской интеграции // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2017. № 4 (28). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-globalizatsii-po-kitayski-i-problema-evraziyskoj-integratsii> (дата обращения: 28.02.2022).
14. Симонова М.М. Информационно-коммуникативное общество и глобализация // Гуманитарные научные исследования. 2016. № 12. – URL: <https://human.snauka.ru/2016/12/17985> (дата обращения: 15.07.2023).
15. Си Цзиньпин Высоко неся великое знамя социализма с китайской спецификой, сплоченно бороться за всестороннее строительство модернизированного социалистического государства. Доклад на XX Всекитайском съезде Коммунистической партии Китая 16 октября 2022 года // XX Всекитайский съезд КПК. 25.10.2022. URL: <https://russian.news.cn/20221025/b32a2a0cff064246838b0999eedebaa/c.html> (дата посещения 03.09.2023)
16. Чжан Шиян Роль Интернета в развитии активности медийной аудитории Китая // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2008. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-interneta-v-razvitiitaktivnosti-medijnoy-auditorii-kitaya> (дата обращения: 28.02.2022).
17. Шогенова Л.А., Астафьева О.Н., Венцель С.В. Влияние глобализации на культуру Китая // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2017. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-globalizatsii-na-kulturu-kitaya> (дата обращения: 28.02.2022).

Статья поступила в редакцию 30.09.2023

Передана на рецензирование 01.10.2023

Рекомендована к публикации 15.10.2023

Поцелуев Сергей Петрович, доктор политических наук, профессор кафедры теоретической и прикладной политологии Института философии и социально-политических наук
E-mail: spotselu@mail.ru

Бахтоярова Валерия Павловна, магистр политологии кафедры теоретической и прикладной политологии, Института философии и социально-политических наук
E-mail: valeria.bahtoyartova@yandex.ru

Южный Федеральный Университет
344006, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42

*S.P. Potseluev, V.P. Bakhtoyarova***CHINA AND EUROPE: INFORMATION GEOPOLITICS IN THE ERA OF NEW MEDIA**

DOI: 10.35634/2587-9030-2023-7-4-511-519

The article is devoted to the (geo-)political strategies of the EU and China in the modern communication space mediated by Internet technologies. As the main features of this space, the authors highlight the presence of a single and indivisible offline and online society; the permanent and progressive nature of communication; the use of new information exchange technologies; the introduction of new communicators into the environment through manipulation and influence techniques; the development of free exchange of ideas and information, regardless of borders. The authors note that political communication today directly expresses the essence of the information society and thus – both its new opportunities and risks for the promotion of ideological meanings and the realization of power goals. In recent years, the unconditional hegemony of the West in the global communication space has been replaced by sharp competition with China. At the same time, the participants of this competition seek to restrict access to their spaces of information sources from the competitor. The authors show how this works using the example of European and Chinese media. Separately, the article analyzes the emerging turn towards a new global communication subject to Chinese influence. In a comparative perspective, the key features of the European communicative space in modern political realities are indicated. Further, the article shows that the creation of its own social network in China (WeChat), as well as the improvement of the interaction process within the Chinese community (the opening of blogging sites, etc.), led to the spread of internal ideologically significant networks outside the PRC. This attracted representatives of other regions and states to the cultural environment of this country. The authors conclude that due to this process, there is not only competition for dominance in the global communication space, but also a tendency to improve the interaction of countries in all spheres of life.

Keywords: globalization, China, European Union (EU), communication, social networks, communication space.

REFERENCES

1. Berger Ya.M. Kitajskaya model' globalizatsii // Vek globalizatsii. 2009. № 1. S. 91-97.
2. Van Czhuimin' Vliyanie sovremennyh informacionno-kommunikacionnyh tekhnologij na razvitie SMI Kitaya: Dis. ... kand. filolog. nauk. M., 2007.
3. Dyurkgejm E. Elementarnye formy religioznoj zhizni / E. Dyurkgejm // Mistika. Religiya. Nauka. Klassiki mirovogo religiovedeniya. Antologiya. – M.: Nauka, 1998. – 485 s.
4. Koshurnikova N.A. Osobennosti informacionnoj politiki sovremenogo Kitaya // Kitaj: istoriya i sovremennost': Materialy IX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Ekaterinburg, 22–23 oktyabrya 2015 goda / Otvetstvennyj redaktor S.V. Smirnov. Ekaterinburg: Federal'noe gosudarstvennoe avtonomnoe obrazovatel'noe uchrezhdenie vysshego professional'nogo obrazovaniya Ural'skij federal'nyj universitet im. pervogo Prezidenta Rossii B.N. El'cina, 2016. S. 279-284.
5. Pahomova E.A., Rac N.A. Chelovek v informacionnom mire: ozhidaniya i ugrozy // Nauchnyj vzglyad v budushchee. 2016. № 2 (T. 10). S. 56-64.
6. Toffler E. Tret'ya volna. M.: Izdatel'stvo «AST», 2010. 784 s.
7. Chkhikvadze V.V. Massovyie kommunikatsii v evropejskom processe integratsii: avtoreferat dis. ... kandidata politicheskikh nauk: 23.00.04. Moskva, 1999. 18 s.
8. Masuda J. The Information Society as a Post-Industrial Society. Tokyo, 1980. – 234 r.
9. Valenza D. The Trap of Geopolitics: Rethinking EU Strategic Communication. College of Europe Policy Brief, Bruges, 2021.

Electronical resources:

10. Bronnikov I.A. Politicheskaya kommunikatsiya i sovremennost' // Yuridicheskie issledovaniya. 2013. № 4. S. 66–88. DOI: 10.7256/2305-9699.2013.4.702 [Elektronnyj resurs]. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=702
11. Ioseliani A.D. Antropologiya global'nogo mira: chelovek v sovremennoj kommunikativno-informacionnoj sfere // Vek globalizatsii. 2013. № 2. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/antropologiya-globalnogo-mira-chelovek-v-sovremennoj-kommunikativno-informatsionnoj-sfere> (accessed: 28.02.2022).
12. Luzyanin S.G., Mamonov M.V. Kitaj v global'nyh i regional'nyh izmereniyah. Resursy i marshruty «Vozvysheniya» // Kitaj v mirovoj i regional'noj politike. Istoriya i sovremennost'. 2011. № 16. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kitaj-v-globalnyh-i-regionalnyh-izmereniyah-resursy-i-marshruty-vozysheniya> (data obrashcheniya: 28.02.2022).

13. Podvojskij G.L. Fenomen globalizacii po-kitajski i problema evrazijskoj integracii // Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta. 2017. № 4 (28). [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-globalizatsii-po-kitajski-i-problema-evraziyskoj-integratsii> (accessed: 28.02.2022).
14. Simonova M.M. Informacionno-kommunikativnoe obshchestvo i globalizaciya // Gumanitarnye nauchnye issledovaniya. 2016. № 12 [Elektronnyj resurs]. URL: <https://human.snauka.ru/2016/12/17985> (accessed: 15.07.2023).
15. Si Czin'pin Vysoko nesya velikoe znamya socializma s kitajskoj specifikoj, splochenno borot'sya za vsestoronnee stroitel'stvo modernizirovannogo socialisticheskogo gosudarstva. Doklad na XX Vsekitajskom s"ezde Kommunisticheskoj partii Kitaya 16 oktyabrya 2022 goda // XX Vsekitajskij s"ezd KPK. 25.10.2022. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://russian.news.cn/20221025/b32a2a0cff064246838b0999eedebaa/c.html> (accessed 03.09.2023)
16. Chzhan Shiyan Rol' Interneta v razvitii aktivnosti medijnoj auditorii Kitaya // Vestnik RUDN. Seriya: Literaturaovedenie, zhurnalistika. 2008. № 2. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-interneta-v-razvitii-aktivnosti-medijnoy-auditorii-kitaya> (data obrashcheniya: 28.02.2022).
17. Shogenova L.A., Astaf'eva O.N., Vencel' S.V. Vliyanie globalizacii na kul'turu Kitaya // Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski. 2017. № 4. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-globalizatsii-na-kulturu-kitaya> (data obrashcheniya: 28.02.2022).

For citation:

Potseluev S.P., Bakhtoyarova V.P. China and Europe: information geopolitics in the era of new media // Bulletin of Udmurt University. Sociology. Political Science. International Relations. 2023. Vol. 7, iss. 4. P. 511–519. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2023-7-4-511-519> (In Russ.).

The article was received by the editorial office on 09/30/2023

Submitted for review on 10/01/2023

Recommended for publication on 10/15/2023

Potseluev S.P., Doctor of Political Science, Professor of Theoretical and Applied Political Science

E-mail: spotselu@mail.ru

Bakhtoyarova V.P., Master of Political Science, Department of Theoretical and Applied Political Science

E-mail: valeria.bahtoyartova@yandex.ru

Institute of Philosophy and Socio-Political Sciences of the Southern Federal University

Bolshaya Sadovaya st., 105/42, Rostov-on-Don, Russia, 344006