



УДК 070

DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-2-250-268

EDN GDGGAC

Международное вещание Китая: от пропаганды к глобальному медиа

Мириманов Д.А.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Россия, 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1

Финансовый университет при Правительстве РФ

Россия, 125167, Москва, пр-кт Ленинградский, д. 49/2

mirimanov@gmail.com

Аннотация. Вековая традиция китайской журналистики предопределяет специфику современных международных СМИ Китая. Эти СМИ действуют на периферии культурной дипломатии и «мягкой силы», но при этом сохраняют жёсткую привязку к партийному контролю. Исследования китайских СМИ преимущественно рассматривают новые медиа и информационную политику в современном Китае. Вопросы же информационно-организационной деятельности медиахолдингов, представляющих Китай в глобальном информационном пространстве, системно не изучались. Цель исследования – выявить особенности международного телевизионного вещания Китая в историческом контексте (на примере медиахолдинга CGTN) – от зарождения системы в 1938 году до современного этапа, когда международные медиа стали инструментом государственной информационной политики. Значительное внимание в работе уделяется русскоязычному вещанию Международного Радио Китая (МРК). Установлено, что ключевой особенностью является противоречие между включением СМИ в рыночную экономику и строгим контролем Центрального отдела пропаганды КПК. Это противоречие следует рассматривать как методологически значимое основание при исследовании китайских СМИ как актора глобального медиапространства.

Ключевые слова: China Global Television Network (CGTN), китайское международное телевидение, государственная информационная политика, пропаганда, «мягкая сила», китайская журналистика

Для цитирования: Мириманов Д.А. 2026. Международное вещание Китая: от пропаганды к глобальному медиа. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(2): 250–268. DOI: 10.52575/2712-7451-2026-45-2-250-268 EDN: GDGGAC

China's International Broadcasting: from Propaganda to Global Media

Dmitry A. Mirimanov

M.V. Lomonosov Moscow State University

1 Leninskiye Gory, Moscow 119991, Russia

Financial University under the Government of the Russian Federation

49/2 Leningradsky Ave., Moscow 125167, Russia

mirimanov@gmail.com

Abstract. The centuries-old tradition of Chinese journalism predetermines the specifics of China's modern international media. These media operate on the periphery of cultural diplomacy and soft power, but they remain tightly tied to party control. Research on Chinese media primarily focuses on new media and information policy in contemporary China. However, the issues of information and organizational activities

of media holdings representing China in the global information space have not been systematically studied. The purpose of this study is to identify the features of China's international television broadcasting in historical context (using the example of the CGTN media holding) – from the inception of the system in 1938 to the current stage, where international media have become an instrument of state information policy. The study pays significant attention to the Russian-language broadcasting of the International Radio of China (IRC). It has been established that a key feature is the contradiction between the inclusion of media in the market economy and the strict control of the Central Propaganda Department of the Communist Party of China. This contradiction should be considered as a methodologically significant basis for studying Chinese media as an actor in the global media landscape.

Keywords: CGTN, Chinese international television broadcasting, propaganda, soft power, Chinese journalism

For citation: Mirimanov D.A. 2026. China's International Broadcasting: from Propaganda to Global Media. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(2): 250–268 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2026-45-2-250-268 EDN: GDGGAC

Введение

Возрастающее влияние Китая на глобальный информационный процесс, рост охвата международного телеведущего CGTN и усиление идеологической направленности государственных медиа превращают китайскую медиамодель в стратегическую альтернативу западной [Li, Wu, 2018; Waight, 2025]. Вместе с тем сохраняющееся противоречие между декларируемой функцией «мягкой силы» и фактическим партийно-идеологическим контролем остаётся теоретически слабо разрешённым [Brady, 2008; Stockmann, Luo, 2017], что обуславливает актуальность исследования.

Международное вещание формирует интерпретационные рамки восприятия событий и конкурирует за глобальную повестку, вследствие чего государства рассматривают его как инструмент внешнеполитического влияния и конструирования благоприятного образа страны [Беликова, 2025; Rawnsley, 2018].

Современная китайская система государственных медиа представляет альтернативную модель организации информационного пространства, принципиально отличающуюся от западной модели. Актуальная научная проблема, требующая исследовательского внимания, состоит в противоречии между декларируемыми целями китайской журналистики, в том числе и международной, как инструмента «мягкой силы», и фактическими механизмами партийного идеологического контроля, которые определяют организационную структуру, редакционную политику и контент.

Исследование китайской медиамодели критически важно для понимания трансформации глобального информационного порядка. Данные [Stockmann et al., 2023] подтверждают эффективность государственного медиа в продвижении преимуществ «китайской модели». Ученые [Bolsover, 2018] доказывают, что эта система функционирует как устойчивая альтернатива западной, интегрируя цифровое развитие с пропагандой. Анализ вещания [Zhao et al., 2024] и VR-технологий [Zhou, 2024] демонстрирует адаптацию китайских медиа к актуальным форматам и нарративам. Сравнительные исследования [Zhang, 2022] подчеркивают уникальность стратегий Китая, сопоставляя их с российским опытом в условиях конфликтов. Эти работы раскрывают механизмы формирования международного влияния КНР через дискурсивную власть.

Существующий массив научных исследований, посвященных изучению международного вещания КНР, демонстрирует отчетливую ограниченность, выраженную в недостаточности внимания к вопросам генезиса китайской журналистской традиции и ее влияния на современные медиапрактики. Более того, текущий корпус работ зачастую



обходит стороной внутренние функциональные противоречия системы, возникающие на стыке рыночных стратегий и идеологических нарративов.

Цель исследования – выявить особенности международного телевизионного вещания Китая в историческом контексте (на примере медиахолдинга CGTN) – от зарождения системы в 1938 году до современного этапа, когда международные медиа стали инструментом государственной информационной политики.

Материалы и методы исследования

Историко-генетический и историко-системный анализ позволили проследить эволюцию китайской медиасистемы. В ходе исследования были проанализированы партийные и государственные документы (решения ЦК КПК, руководящие материалы Центрального отдела пропаганды, положения о телерадиовещании, нормы профессиональной этики журналистов) из открытых источников (10 ед.), законодательно закреплённые основания деятельности СМИ в материковом Китае, Гонконге и на Тайване, сопоставленные с европейскими и международными стандартами свободы слова и свободы прессы (6 ед.).

Политико-экономический подход позволил выявить особенности процессов коммерциализации, медиаконцентрации и формирования «социалистических медиагрупп», а также их влияние на статус и функции международного вещания. На этой основе реконструирована «двухъярусная» модель медиасистемы с её разделением на центральный и провинциально-региональный уровни.

Для качественного анализа в работе применён метод кейс-стади, позволивший охарактеризовать медиахолдинг CGTN как ключевой инструмент международного телевизионного вещания Китая.

Отдельный сегмент исследования составляет русскоязычное направление МРК и CGTN, рассматриваемое как специфический канал адресации к стратегически значимой русскоязычной аудитории, что обусловлено историческими связями и современными геополитическими интересами Китая на постсоветском пространстве.

В качестве дополнительного метода использован вторичный анализ эмпирических данных, представленных в исследованиях международных организаций, аналитических центров и научных журналов (в том числе данных о росте доли правительственных новостей в партийной прессе, рейтингах свободы прессы и результатах анализа цифровой цензуры на платформах WeChat и Weibo).

Результаты и обсуждение

Ретроспективный обзор становления китайской журналистики. Китайская журналистика представляет уникальный феномен, опирающийся на вековые традиции письменности, культуры, литературы, государственной политики и идеологии. В отличие от западной журналистики, которая исторически эволюционировала в борьбе за свободу слова и в своей первородной основе опиралась на экономические возможности и ограничения, китайская журналистика развивалась как институт, функционально подчиненный целям народа, государства и партии. Но эта подчиненность не является статичной. На протяжении XX–XXI вв. имело место регулярное взаимодействие партийно-государственного аппарата и коммерческих структур, идеологических требований и запросов аудитории, централизованной пропаганды и локальных медиаинициатив [Zhao, 2008]. До 1911 года государственная информация распространялась через систему официальных газет «Жибao», доступных только аристократии и высокопоставленным чиновникам и содержащих указы императора, отчеты о деятельности правительства и официальные нормативные акты [Britton, 1933]. Эти издания принципиально отличались от современных по своим функциям: они служили средством управления для аппарата

государства, а не инструментом влияния на общественное мнение. Трансформация произошла после входа Китая в международное информационное пространство. Первые современные газеты в Китае, основанные иностранцами, главным образом миссионерами и коммерсантами, издавались на интернациональных территориях – в Шанхае, Гонконге [Guan, 1943]. Ключевой поворот произошел с появлением в 1872 году газеты «Шэньбао», созданной британцем Эрнестом Мейджором [Wagner, 1995]. Это была первая крупная газета с китайским редакционным коллективом и ориентацией на китайскую аудиторию. В отличие от других иностранных издателей Э. Мейджор избегал прямой пропаганды западных интересов и осуществлял редакционную политику по принципу «служение государству путем адаптации западных институтов к китайским условиям» [Wagner, 1995]. Максимальные тиражи «Шэньбао» достигали 150 тыс. экземпляров и являлись образцом китайской прессы. Газета первой ввела рубрики писем и рекламных сообщений, а главное – использовала в журналистских текстах разговорный китайский язык байхуа вместо классического литературного языка Вэньянь [Polumbaum, 1990]. Выпуск «Шэньбао» прекратился в мае 1949 года, когда Народно-освободительная армия заняла Шанхай.

Газета *Ta Kung Pao*, основанная в 1902 г. маньчжурским аристократом Ин Ляньчжи, пропагандировала «четыре «нет», предполагавшие «нет» зависимости от политических партий, «нет» продаже самой газеты, «нет» личным интересам в редакционной деятельности и «нет» односторонности в суждениях. Газета открыто критиковала реакционных лидеров и поддерживала демократические реформы.

Газета *Min Kuo Jih Pao*, также известная как «Республиканская ежедневная газета», основанная в 1916 г. в Шанхае Чэнь Цимэйем и его соратниками, первоначально была органом Китайской революционной партии, а после возникновения Гоминьдана стала его официальным печатным органом в провинции Шанхай. Издание активно критиковало политику Юань Шикая – первого Президента Китайской республики и последнего Императора Китая – и поддерживало конституционное движение, занимая радикальную позицию и пропагандируя социальное равенство и марксизм. Газета периодически призывала к забастовкам и протестам, заняла радикальную позицию в последующем Движении новой культуры, призывая к гендерному равенству, освобождению женщин и продвигая идеи марксизма-ленинизма. После перехода под контроль Western Hills Group газета заметно утратила популярность и в 1932 году была закрыта. Ключевую роль в этом сыграла Япония, обвинив редакцию в неуважительных высказываниях в адрес императора. В 1945 году была преобразована и переименована в *Min Pao*, просуществовав до 1947 года.

Газеты *Dagong Bao* и *Xinwen Bao* приобрели репутацию относительно независимых изданий, критиковавших правительство и поднимавших социальные проблемы [Polumbaum, 1990]. Однако эта независимость была относительной: все издания ощущали давление со стороны политических сил – военных генералов, партийных лидеров и иностранных держав.

Гуманитарную и просветительскую миссию несла газета *Yi Shi Bao*, основанная в 1915 году бельгийским католическим священником Ф.-В. Леббе и пропагандировавшая социальное благополучие и образование. Тогда же в Шанхае был основан журнал *New Youth (Youth Magazine)*, сыгравший революционную роль в культурной жизни Китая, пропагандируя западные идеи демократии и науки на языке байхуа. *New Youth* оказал значительное влияние как на Движение за новую культуру, так и на Движение четвёртого мая.

К официальным же изданиям Китайской националистической партии можно отнести *Central Daily News* (основана в 1928 году в Шанхае) как официальный печатный орган Гоминьдана и правительства Китайской Республики. Издание являлось основным государственным печатным органом Республики и служило «мостом» между правительством и народом. Журнал *Guide Weekly* (основан Чэнь Дусю в 1922 г. в Гуанчжоу) публиковал партийные документы и пропагандистские материалы, комментарии по вопросам международной и внутренней политики, издавался до 1927 года Газета *Xinhua*



Daily, основанная в 1938 году, была единственным официальным изданием Коммунистической партии Китая во время Второй китайско-японской войны, публиковала пропагандистские и агитационные материалы против японской агрессии. После 1945 года активно пропагандировала коммунистические идеи и критиковала политику Гоминьдана. После многочисленных реорганизаций вошла в состав медиагруппы «Синьхуа». *Gongren Zhi Lu* (1925–1927 гг., Гуанчжоу) ориентировалась на китайское рабочее движение, осуществляла коммуникацию между руководством КПК и рабочими; служила средством распространения социалистических идей среди городского пролетариата, что соответствовало авторитарной модели управления медиа.

В ранний период Республики существовала также англоязычная пресса, ориентированная на иностранного читателя. Одной из наиболее влиятельных была шанхайская газета *North China Herald* (1850–1941), детально освещавшая политические и экономические события. *The China Press* (1925–1938), *China Weekly Review* (1917–1953), *China Critic* (1939–1946) служили для англоязычной аудитории важными источниками информации о жизни Китая.

Первые попытки привнести профессиональные западные стандарты в китайскую прессу появились в 1920-е годы, когда на Всемирном конгрессе прессы в Гонолулу в 1921 г. китайские журналисты обсуждали с западными коллегами внедрение норм объективной журналистики и редакционной независимости [Weston, 2010, p. 327–348]. Однако, как отмечает Т. Вестон, эта интеграция была ограничена объективными факторами: западная пресса сама не следовала своим собственным стандартам при освещении жизни Китая, а китайский национализм противостоял любым попыткам иностранного культурного влияния [Weston, 2010, p. 327–348].

Все этапы национальной борьбы были отмечены возрастающей политизацией медиа, которые Коммунистическая партия Китая (КПК) рассматривала как инструмент агитации и пропаганды. При этом, находясь в подполье, КПК развивала собственные нелегальные издания и полагалась на советскую радиопропаганду для распространения своих идей [Meyskens, 2018]. Когда компартия создала революционную базу в Яньани (1935–1945), она основала первую радиостанцию «Синьхуа».

После провозглашения в 1949 году Китайской Народной Республики национальная журналистика была полностью интегрирована в систему партийно-государственного контроля. Первоначальное внедрение лозунга Мао Цзэдуна в 1957 г. *«Пусть расцветают сто цветов, пусть соперничают сто школ. Во время цветения благоухающих цветов неизбежно вырастают и ядовитые травы. Но это совсем не страшно и в определенных условиях даже полезно»* завершилось травлей редакций, что подтвердило: газетами управляют политики, а свобода слова жестко ограничена. Пресса в еще большей степени была интегрирована в коммунистическое строительство. Институционально это осуществлялось Центральным отделом пропаганды КПК, который, отвечая за формирование общественного мнения, напрямую контролировал деятельность и содержание всех основных газет и журналов. Тогда же, в 1957 г., этот контроль был инициирован и узаконен Мао Цзэдуном в докладе «О правильном разрешении противоречий внутри народа» следующими положениями: *«...в каждой провинции надо создать группу, возглавляемую одним человеком, для написания статей по важнейшим проблемам... ежемесячно следует готовить по одной статье и таким образом покончить с кривотолками... отделу пропаганды надо раз в месяц приглашать журналистов на беседы, можно это делать и несколько раз в месяц»*¹.

¹ Мао Цзэдун. 1975. Реплики на Совещании секретарей провинциальных и городских комитетов партии (январь 1957 года). В кн.: Выступления Мао Цзэдуна, ранее не публиковавшиеся в китайской печати: перевод с китайского. Вып. 1: Апрель 1950 - июль 1957 года. Под ред. О. Борисовой, М. Титаренко. Москва, Прогресс. URL: <https://fb2.top/vystupleniya-mao-czeduna-ranee-ne-publikovavshiesya-v-kitayskoy-pechati-vypusk-pervyy-1950-ndash-195-808825/read/part-17#19> (accessed: January 29, 2026)

Газета «*Жэньминь жибао*», основанная в 1948 году, стала официальным органом Центрального комитета КПК, транслирующим партийную линию [Wu, 2000, p. 44–47]. На периферии множество провинциальных, муниципальных и отраслевых газет должны были дублировать и адаптировать установки центральной партийной пропаганды. Ключевую роль в этой системе агитации и пропаганды играло радио. Апогеем партийного контроля над медиа стал период Великой пролетарской культурной революции (1966–1976 гг.), когда медиаландшафт еще более сокращался и жестко контролировался. Система «две газеты и один журнал» – «*Жэньминь жибао*», «*Гуанминь жибао*» и журнал «*Хунци*» – становилась центральной и отражала авторитетные источники политической информации [Ye, 1990, p. 42–63]. Мао Цзэдун лично писал статьи в эти издания, и его высказывания мгновенно ложились в основы законов.

Развитие радиовещания Китая. После 1949 года Центральное радиовещание из Пекина развивалось не столько как средство информации или развлечения, сколько как инструмент государственного контроля, проникающий в каждое село, школу, предприятие [Covell, 2018]. Архитектура радиосети была уникальна в своей интегрирующей функции: локальные радиостанции функционировали как ретрансляторы центральных передач, причем радиооборудование в сельской местности часто дополнялось уличными громкоговорителями, подключенными к этой системе. Таким образом, основная масса регионального населения воспринимала партийную информацию через этот локальный источник, но фактически полностью контролируемый КПК. Учитывая ограниченные финансовые ресурсы страны, в 1952 году Бюро радиовещания, следуя практике других стран, представило доклад премьеру Чжоу Эньлаю с просьбой ввести плату за радиоточку. Инициатива была отклонена со ссылкой на стесненные экономические условия граждан. К середине XX в. в Китае насчитывалось более 80 радиостанций, 22 из которых располагались в Шанхае, а остальные представляли собой сеть локальных ретранслирующих станций. До 1983 года Китай придерживался политики четырех уровней вещания – центрального, провинциального, городского и уездного [Дун, 2019]. Тогда же ЦК КПК принял постановления, регламентирующие пропаганду на радио и телевидении, в которых говорилось: «*Радио и телевидение являются самыми мощными современными инструментами идеологического воспитания армии и народов для строительства социалистической материальной и духовной цивилизации, а также одним из самых эффективных инструментов партии и правительства для воздействия на массы*»¹ (перевод автора).

Коммерциализация СМИ Китая. После смерти Мао Цзэдуна в 1976 году и прихода к власти реформаторов во главе с Дэн Сяопином начался процесс трансформации китайской медиасистемы. От либерализации прессы этот процесс был далек, но появились элементы коммерциализации, которая проводилась сверху, государством, и была направлена не на ослабление партийного контроля, а на его адаптацию к условиям рыночной экономики [Zhao, 2008, p. 78–105]. В начале 1980-х гг. государство постепенно сокращало прямые субсидии СМИ, требуя от них достижения финансовой самостоятельности к 1994 году. Это вынудило их искать альтернативные источники доходов, прежде всего через рекламу. В 1983 году доходы от рекламы на радио и телевидении составили около 34 млн юаней. В 1996 году – 6,4 млрд юаней; в 2002 году – 20,9 млрд юаней; в 2008 году – 7,6 млрд юаней [Purpin, 2020, p. 66–69].

КПК использовала рыночные механизмы как дополнительный инструмент для достижения своих идеологических целей. Чжао Юэцин отмечает, что партия изучила опыт Британской империи, которая в 1853 году отменила налоги на печать не ради свободы прессы, а для того, чтобы подавить радикальную рабочую прессу и установить контроль над

¹ Outline of the Report concerning Radio and Television Work. 1983. China Copyright and Media, October 26, 1983. URL: <https://chinacopyrightandmedia.wordpress.com/1983/10/26/outline-of-the-repo5t-concerning-radio-and-television-work/> (accessed: January 29, 2026)



буржуазными благоразумными изданиями [Zhao, 2008, p. 78–105]. По аналогии китайская Партия рассчитывала, что рыночные механизмы помогут ей избавиться от различных бюрократических медиаструктур и установить более гибкий и при этом более эффективный контроль.

В конце 1990-х гг. в Китае произошла масштабная реформа всей медиасистемы. Партийные органы, опасаясь потери контроля над информацией, инициировали консолидацию СМИ в крупные «социалистические медиагруппы» [Jiang, 2007]. В качестве пилотного проекта была выбрана газета *Guangzhou Daily*, добившаяся коммерческого успеха благодаря публикациям на популярные, социально значимые темы и фокусировке на региональных интересах и сочетавшая партийный контроль и рыночную модель [Zhao, 1998, p. 167–195]. Структура, которая возникла из этого опыта, была определена как «двухъярусная» [Chinese Media..., 2003] – организационно-управленческая модель, при которой медиасистема КНР представляет собой два взаимосвязанных уровня (яруса): центральный и местный (провинциально-региональный). Такая структура распределяет полномочия, контент и ответственность между центром и регионами, включает основное издание – официальный партийный орган, публикующий редакционные статьи, транслирующий официальную позицию руководства и задающий рамку интерпретации событий и стратегические ориентиры, и дочерние издания – коммерческие, развлекательные или специализированные, которые фокусировались на интересах определенной аудитории и финансировали деятельность всего холдинга [Chinese Media..., 2003]. Дочерние издания обеспечивали максимальный охват аудитории и обрабатывали обратную связь на местах. Таким образом, партийная пропаганда косвенно финансировалась коммерческой, рекламной деятельностью.

Становление телевидения в Китае. Телевидение в Китае развивалось по аналогичной траектории. Хотя первые телепередачи начались еще в 1950-х гг., телевидение оставалось элитарным средством коммуникации до 1980-х гг., широким слоям городского населения телеприемники стали доступны только в начале 1990-х гг. [Li, 2001]. Активную реализацию получили проекты по охвату телерадиовещанием в приграничных районах Тибета и Синьцзяна, а также проекты по обеспечению доступа сигнала в деревни, производству программ на языках этнических меньшинств. Китайское телевидение претерпело эволюцию от явного пропагандистского инструмента к гибридной системе, сочетающей партийные запросы с развлекательным контентом и агитационной информацией. Несмотря на то что все основные информационные программы до настоящего времени остаются под строгим партийным контролем, появилась целая группа развлекательных программ, сериалов и документальных фильмов, которые также подвергаются цензуре, но предлагают заметно более разнообразное содержание [Zhu, 2012]. Избрание Си Цзиньпина генеральным секретарем КПК в 2012 году ознаменовало переход к значительно более жесткому контролю информационной среды. В 2018 году Си Цзиньпин на конференции, посвященной пропаганде и идеологии, сформулировал преимущество принципа партийного управления медиа, подчеркивая, что медиа должны быть «рупором партии» и что это требование не подлежит пересмотру независимо от изменения времени и медиаландшафта [Чжан и др., 2025]. Этот период характеризуется усилением агитационно-пропагандистского контента. Исследование, опубликованное в журнале PNAS в 2025 году, показало, что доля правительственной информации на первых полосах партийных газет возросла с 6,7% в 2012 г. до 20,3% в 2021 году и что этот контент становился все более идеологически направленным [Waight, 2025].

В 2018 г. произошла масштабная реформа, интегрировавшая все государственные СМИ (CCTV, Xinhua News Agency, People's Daily, China Radio International) в единый контрольный орган (NRTA), который подчиняется Центральному отделу пропаганды КПК

[Stockmann, Luo, 2017, p. 189–202]; также был введен контроль над интернет-контентом согласно новым нормативным актам¹.

Партийный контроль интернет-платформ. Инновацией в сфере партийного контроля в XXI в. стало использование цифровых платформ и алгоритмов. WeChat, самое популярное приложение в Китае для обмена сообщениями с миллиардной аудиторией, функционирует как многоуровневая платформа. Исследование Citizen Lab выявило двухуровневый контроль деятельности WeChat: для внутриконтинентальных аккаунтов это активная фильтрация ключевых слов в реальном времени, блокировка политически чувствительных изображений через хеширование и использование оптического распознавания символов для идентификации и удаления текста, критически настроенного по отношению к партии [Knockel et al., 2019]. Для международных аккаунтов применяется скрытое наблюдение за содержанием, отправляемым зарубежными пользователями, с последующим использованием этой информации для обучения алгоритмов цензуры, применяемых к внутриконтинентальным пользователям². Таким образом, международные пользователи WeChat, часто не подозревая об этом, непроизвольно участвуют в «обучении» государственного аппарата контроля над выражением мнений в материковом Китае. Платформа Weibo, называемая «китайским Twitter», находится под контролем Cyberspace Administration of China³, которая выпускает директивы об удалении контента, касающегося чувствительных тем, таких как протесты на площади Тяньаньмэнь в 1989 г., независимость Тибета и Синьцзяна, критика партийного руководства.

На содержательном уровне китайская журналистика и вся медиасистема при Си Цзиньпине функционирует в рамках ключевых нарративов, охватывающих три направления: а) величие китайской цивилизации и сила КПК – государственная пресса повторяет тезис о том, что Китай под руководством КПК достиг небывалого экономического и социального развития и что эта модель превосходит западные модели развития; это выражается через визуальные символы (портреты лидеров), официальные праздники и агитационные статьи [Brady, 2008]; б) агрессия со стороны «враждебной иностранной силы»: внешний враг, в частности США и западные СМИ, изображаются как враждебные силы, стремящиеся подорвать развитие Китая и навязать свою идеологию (агентство «Синьхуа», например, активно публикует материалы, обличающие западные СМИ в предвзятости и деструктивной пропаганде⁴); в) национальное единство и социальная стабильность: СМИ подчеркивают необходимость национального единства, социальной стабильности и неукоснительного соблюдения государственных законов, а критика власти, даже на локальном уровне, часто трактуется как угроза национальной безопасности [Wang, 2018].

Несмотря на идеологический контроль, в китайской журналистике наблюдается самоорганизация [Короченский, 2004] и формирование профессиональных стандартов. Ассоциация журналистов Китая регулярно обновляет «Нормы профессиональной этики журналистов»⁵. В частности, эти нормы включают принципы, внешне напоминающие

¹ Internet News Information Service Management Rules. 2016. China Copyright and Media, January 13, 2016. URL: <https://chinacopyrightandmedia.wordpress.com/2016/01/13/internet-news-information-service-management-rules/> (accessed: January 29, 2026)

² Xiao E. 2020. China's WeChat Monitors Foreign Users to Refine Censorship at Home. The Wall Street Journal., 2020, May 8. URL: <https://www.wsj.com/articles/chinas-wechat-monitors-foreign-users-to-refine-censorship-at-home-11588852802> (accessed: January 29, 2026)

³ Henochowicz, A. The Human Side of Censorship: Keyword Filtering and Censorship Directives on the Chinese Internet. In: FOCI '15. 5th USENIX Workshop on Free and Open Communications on the Internet (Washington, August 10, 2015. USENIX. URL: <https://www.usenix.org/conference/foci15/workshop-program/presentation/henochowicz> (accessed: January 29, 2026).

⁴ Reporters Without Borders. Xinhua: The World's Biggest Propaganda Agency. Paris : RSF, 2005. September 30. URL: <https://rsf.org/en/reports/xinhua-worlds-biggest-propaganda-agency> (accessed: January 29, 2026)

⁵ All-China Journalists Association. (2009). "Norms of Professional Ethics for Chinese Journalists." Beijing: ACJA.



стандарты западной журналистики, – верификацию источников, отказ от фальсификации новостей, уважение к правам интервьюируемых и аудитории. Однако первый и главный принцип нормативов гласит: «Верно служить народу, партии и государству», что явным образом подчиняет профессиональные журналистские стандарты идеологическим требованиям партии [Истомина, Симонова, 2022, р. 138–149]. И эти требования невольно создают очевидный парадокс: журналисты должны следовать нормам и правилам профессии и при этом продвигать партийную линию и защищать партийные интересы.

СМИ Гонконга. История прессы Гонконга кардинально отличается от прессы материкового Китая. В колониальный период СМИ Гонконга имели хотя и относительную, но значительно большую свободу. Британские колониальные власти сохраняли видимость либеральных институтов – отчасти для оправдания своего правления перед британской общественностью, отчасти для привлечения инвестиций [Neumann, 1997]. К 1997 г., когда Гонконг был де-юре возвращен Китаю в соответствии с соглашением «одна страна, две системы», СМИ Гонконга была предоставлена высокая степень автономии. Ст. 27 Основного закона Гонконга и Ст. 16 Билля о правах Гонконга гарантировали свободу слова, прессы и публикации¹. Однако после 2020 года, когда Пекин принял Закон о национальной безопасности, ситуация кардинально изменилась. Закон криминализировал подстрекательство к восстанию против государства, сепаратизм, терроризм и заговоры с иностранными силами². Определения этих преступлений были неясны и интерпретировались широко, что повысило уровень самоцензуры журналистов.

В течение двух лет после принятия этого закона были арестованы десятки журналистов, некоторые независимые медиаорганизации (Apple Daily, Stand News и др.) были закрыты³, а Гонконг с 2015 по 2025 год по показателям Индекса свободы прессы Reporters Without Borders упал с 71-го на 140-е места⁴.

СМИ Тайваня. По контрасту с Гонконгом Тайвань развивал свою медиасистему как институционально независимую от материкового контроля. После официального перехода к демократии в 1990-х годах тайваньская пресса эволюционировала в сторону либеральной модели⁵. Однако эта относительная свобода прессы находилась под постоянным давлением со стороны КНР. Крупные конгломераты, такие как China Times, имевшие значительные экономические интересы на материке, цензурировали критику КПК, чтобы не провоцировать Пекин⁶. В значительной мере статьи China Times о положении в Синьцзяне были основаны исключительно на материалах китайских государственных СМИ, без критического анализа⁷.

Китайская журналистика укоренена в марксистской теории СМИ, которая рассматривает медиа не как нейтральный канал информации, а как инструмент классовой борьбы и идеологического контроля. В этой интерпретации капиталистические СМИ служат интересам буржуазии, в то время как социалистические – интересам рабочего класса и строительству коммунизма⁸.

С начала 2000-х гг., по мере интеграции Китая в глобальную экономику и укрепления его международного положения, КПК переформулировала функции медиа в терминах «мягкой силы» [Nye, 2004]. Агентство «Синьхуа», Центральное телевидение Китая (CCTV)

¹ Hong Kong Basic Law. 1990. Chapter III: Fundamental Rights and Duties of Residents. Hong Kong, Government Printing Office.

² Hong Kong National Security Law. 2020. Law of the People's Republic of China on Safeguarding National Security in the Hong Kong Special Administrative Region. Beijing.

³ Hong Kong Watch. 2021. Press Freedom Campaign: #FreeHKJournalists." London.

⁴ Reporters Without Borders. 2025. World Press Freedom Index. Paris, RSF.

⁵ Jaw-Nian, H. The China Factor in Taiwan's Media. Global Times, April 12.

⁶ Global Taiwan. 2023. Assessing Taiwan's Media Landscape and PRC Influence. Global Taiwan Initiative, University of Washington.

⁷ Там же

⁸ Marx, K., & Engels, F. 1848. The Holy Family, or Critique of Critical Criticism. Berlin, Literarischer Verlag.

и другие государственные медиа были переориентированы на мировую аудиторию с задачами «рассказать миру китайскую историю» и «выстроить международный дискурс, благоприятный для Китая»¹. Этот медийный поворот потребовал миллиардных инвестиций, хотя интеграция и носила односторонний характер: в «Положении об управлении радио и телевидением» указано, что иностранные фильмы и телесериалы для трансляции на китайском телевидении должны быть рассмотрены и одобрены административным отделом при Государственном совете². В отличие от классической концепции «мягкой силы», ее китайская интерпретация прочно укоренена в принципе партийного контроля. CGTN, например, продолжает подчиняться редакционным указаниям Центрального отдела пропаганды и часто распространяет информацию, критикуемую за фактическую неточность международными организациями [Kurlantzick, 2010, p. 44–54].

Попытки Китая глобально расширить международную медиаактивность привлекают внимание со стороны международных экспертов³. Вашингтон рассматривает информационные действия Китая как значительную угрозу стратегическим интересам США. Некоторые китайские обозреватели также критикуют международное телевидение за недостаточные результаты в международном признании и завоевании широкой аудитории, иногда в резких тонах, обличая телеканал: «самая скучная новостная программа в мире»⁴. Со своей стороны, редактор China Media Project при Университете Гонконга Дэвид Бандурски определяет проект CGTN как дезориентирующий и, предположительно, стратегически ошибочный. Такие оценки указывают на наличие фундаментальных противоречий между декларируемыми целями CGTN и их практической реализацией.

В китайской журналистике ученые отмечают наличие саморегулирования, когда некоторые журналисты приняли практику «сознательного» самоцензурирования, избегая определенных тем или коннотаций, что соответствует партийным требованиям и журналистским профессиональным стандартам [Wu, 2022]. Например, Цзюнь Юэ описывает это явление как «дисциплину через интернализацию»: журналисты осознают «красную линию» – точку, за которой критика или выражение иного мнения становятся неприемлемыми для партии. Журналисты сами знают, о чем можно, а о чем нельзя писать, и эти знания укладываются, например, в «уведомление о принятии чрезвычайных мер по освещению новостей о чрезвычайных ситуациях», изданным Центральным комитетом КПК, где сформулированы принципы освещения новостей при чрезвычайных ситуациях⁵. Помимо центрального существуют также региональный и муниципальный контроль. Каждая региональная газета получает директивы от соответствующего отдела пропаганды партийного комитета данного уровня, что создает систему многоуровневого контроля, где локальные издания подчиняются как центральным партийным указаниям, так и локальным политическим интересам местных партийных лидеров.

Международное радиовещание Китая. Международное радио Китая (МРК) – ключевой, масштабный инструмент государственной информационной политики Китайской Народной Республики за рубежом. Будучи третьей по величине международной радиостанцией в мире по объему и количеству используемых языков, МРК занимает

¹ Central Propaganda Department. 2011. Guidelines for Telling China's Story Well. Beijing, CPD.

² Положение о телерадиовещании и телевидении / Государственный совет Китайской Народной Республики. Order No. 732. Effective from November 29, 2020. Article 39. URL: <http://www.zgwg.gov.cn/contents/53751/624627.html> (дата обращения: 21.01.2026).

³ Paul Mozur. Live From America's Capital, a TV Station Run by China's Communist Party. NYT. Feb. 2019. URL.: <https://www.nytimes.com/2019/02/28/business/cctv-china-usa-propaganda.html> (accessed: August 08, 2025)

⁴ Zhuoran Li and Gavin Xu. Despite High Ambition, China's Media Influence Operation Is Far From Successful. The Diplomat. May 2022. URL.: <https://thediplomat.com/2022/05/despite-high-ambition-chinas-media-influence-operation-is-far-from-successful/> (accessed: August 08, 2025)

⁵ ЦК Коммунистической партии Китая и Всекитайской ассоциации журналистов. 2020. Нормы профессиональной этики китайских журналистов. China Law Translate, URL: <https://www.chinalawtranslate.com/en/norms-of-professional-ethics-for-journalists/> (дата обращения: 21.01.2026).



стратегическое место в системе китайских государственных СМИ¹. Русскоязычное направление МРК представляет исторически успешный опыт международного вещания Китая. В отличие от английского языка, который служит глобальным средством международной коммуникации, и китайского, являющегося инструментом для связи с диаспорой и китайской цивилизацией в целом, русский язык в стратегии МРК занимает специфическую позицию: это язык стратегического соседа.

В ноябре 1938 г. руководство Китайской Республики создало Международную коротковолновую радиостанцию Китая с английскими позывными «Voice of China» («Голос Китая»). С 1939 года станция транслировала передачи на 9 языках, включая русский и позиционируя себя как голос сопротивления японской оккупации. К середине 1940-х гг. гоминьдановское правительство выстроило разветвлённую систему международного вещания, однако единая, общегосударственная система иновещания КНР как коммунистического государства сформировалась после 1949 года. Важно отметить ключевую роль Советского Союза в становлении китайской системы международного вещания. В июне 1950 г. между СССР и КНР был заключен «Договор о дружбе, союзе и взаимной помощи» сроком на 30 лет, предусматривавший военное, экономическое сотрудничество и активный обмен опытом в области средств массовой информации. Первая получасовая программа «Говорит Пекин» прозвучала на московской радиостанции 24 декабря 1954 г., что считается днем рождения русскоязычной службы МРК. В начале 1954 года делегации китайских и советских журналистов совершили дружественные поездки в страны, проведя десятки встреч и конференций [Yao, 2011]. Эти обмены отражали официальную позицию государств о необходимости взаимного информирования и культурного обмена в интересах укрепления социалистического блока. Между СССР и КНР было заключено соглашение о сотрудничестве в области радиовещания, согласно которому государственные радиостанции стран обменивались магнитными записями радиопередач для эфира на русском и китайском языках [Ван, 2016, с. 142]. С 1957 г. МРК увеличило объем вещания на русском языке с одной еженедельной программы до трех. Начиная с конца 1950-х гг., после реакции Мао Цзэдуна на доклад Н.С. Хрущёва о культе личности Сталина, информационная политика китайского иновещания постепенно смещалась от демонстрации социалистического единства ко всё более жёсткой критике «советского ревизионизма». Этот тренд достиг пика в 1960–1966 гг., что проявлялось в содержании русскоязычных программ МРК. Период Великой культурной революции стал кульминацией идеологизации как внутренней политики, так и внешних информационных стратегий Китая. МРК, как и остальные китайские СМИ, подверглось еще большей радикализации и поддержке маоистского курса. Содержание русскоязычного вещания, как и остальных китайских СМИ этого периода, преимущественно состояло из трансляций цитат Мао Цзэдуна и пропагандистски ориентированных программ [Kurlantzick, 2010]. Для сравнения, программы более раннего периода содержали экономическую и культурно-развлекательную информацию.

Признание КНР в ООН в 1971 году переориентировало глобальную политику МРК, в том числе и русскоязычное вещание. Если ранее целевой аудиторией были политические элиты и идеологические активисты, то теперь ставилась задача расширения аудитории и изменения тона вещания. Полная трансформация произошла только после смерти Мао Цзэдуна в 1976 г.

Политика «реформ и открытости», провозглашенная Дэн Сяопином на III пленуме XI съезда КПК в 1978 году, предполагала не только хозяйственные преобразования, но и переосмысление роли информации в развитии общества². Если при Мао Цзэдуне международное вещание служило целям идеологической полемики, то при Дэн Сяопине

¹ China Radio International Factsheet. 2024. About CRI. Retrieved from official.cri.cn/about

² Deng Xiaoping. 1994. Selected Works of Deng Xiaoping, 1982-1992. Foreign Languages Press, 400 p.

оно стало инструментом репрезентации достижений реформируемого Китая. На смену идеологизированному контенту пришли экономические программы, демонстрировавшие научно-техническое развитие и культурные достижения Китая. Это не означало отказа от государственного контроля или появления независимой журналистики, но отражало переосмысление целей государственного вещания, когда вместо полемики потребовалась «убеждающая коммуникация». Открытие московского корпункта МРК свидетельствовало о нормализации отношений между странами и об усилении русскоязычного направления в стратегии МРК, что обеспечило более оперативный сбор информации и улучшило качество русскоязычных программ благодаря регулярным контактам с носителями русского языка – экспертами, комментаторами, гостями эфира и т.д.

Распад Советского Союза в 1991 году означал исчезновение идеологического противника Китая, однако это не привело к сокращению русскоязычного вещания МРК. Напротив, с переходом России к рыночной экономике и растущей открытости информационному влиянию значение русскоязычного вещания для Китая возросло. 2020-е годы ознаменовались общим внедрением цифровых платформ и качественным изменением в программном наполнении. В этот период транслируются преимущественно повторы программ «Здравствуй, Китай» и «Китай от первого лица», но масштаб вещания существенно сократился.

Русскоязычное вещание МРК регулярно подчеркивает экономический прогресс Китая. Однако характер и фокус этого нарратива менялся: от успехов реформ Дэна Сяопина, интеграции Китая в глобальную экономику и членство в ВТО до фокуса на программе «Один пояс – один путь» и становлении Китая как технологической сверхдержавы. Проблемные репортажи о безработице или загрязнении окружающей среды также присутствуют в эфире, но преподносятся как задачи для китайских властей. Ключевой нарратив в программах МРК транслирует идеи единства китайской нации и процветания китайского государства.

Международное телевидение. В контексте политики КНР международная журналистика и международное вещание функционируют не как независимые институты, а как координированный компонент государственной стратегии для «выхода на глобальную медиповестку» [Anholt, 2007]. Современный этап развития под руководством Си Цзиньпина, начиная с 2012 г., характеризуется значительным ростом инвестиций в международное вещание и более системным подходом к управлению глобальными нарративами. По данным западных аналитических центров, Китай инвестировал в 2008–2009 гг. более 45 млрд юаней (6,6 млрд долларов) в расширение международной медиаинфраструктуры¹.

Международное телевидение Китая развивалось параллельно с радиовещанием. 25 сентября 2000 г. China Central Television (CCTV) запустила CCTV International, задуманный как глобальный новостной канал на английском языке² (в 2010 г. CCTV-9 переименован в CCTV News). Новый канал должен был выглядеть как независимый новостной канал, конкурирующий в глобальном медиапространстве [Nelson, 2015]. А 31 декабря 2016 г. все международные подразделения CCTV (CCTV News, CCTV Spanish, CCTV French, CCTV Arabic, CCTV Russian, а также CCTV Documentary) были объединены и переименованы в China Global Television Network (CGTN)³.

По данным за 2017–2018 гг., CGTN осуществлял вещание в 170 странах и регионах с аудиторией в 387 млн [Li, Wu, 2018]. По состоянию на 2024 г. CGTN транслируется более

¹ Nelson A. 2013. CCTV's International Expansion: China's Grand Strategy for Media? A Report to the Center for International Media Assistance, Washington D.C., 40 p.

² Global Media Journal. 2018. A Case Study of China Global Television Network (CGTN): Internationalizing China's Media. *Global Media Journal*, 16(31): 1–15.

³ Там же С. 3.



чем в 160 странах и регионах, а цифровые платформы достигают более 150 млн подписчиков [Rawnsley, 2018]. Организационно CGTN состоит из CGTN English – 24-часового новостного канала на английском языке; CGTN Español на испанском, CGTN Français на французском, CGTN Arabic на арабском, CGTN Russian на русском языках; CGTN Documentary – канала документального кино преимущественно культурно-социальной направленности; CGTN Digital Media Division – мультимедийной платформы с контентом, распространяемым через социальные медиа, мобильных приложений и веб-сайтов. CGTN имеет 4 основных центра производства контента со штаб-квартирой в Пекине, американским телеканалом в Вашингтоне (CGTN America), африканским в Найроби (CGTN Africa), CGTN Europe с основным бюро в Лондоне. Эта географическая диверсификация производства контента является ключевой в стратегии локализации, поскольку при создании контента для международной аудитории необходимы проявление культурной чувствительности, то есть понимание и уважение различий в мировоззрении, традициях и ценностях, а также подлинность предоставляемой информации – без искажений и фальсификаций.

Главная стратегия CGTN заключается в представлении в международном информационном пространстве точки зрения и интересов Китая. Это проявляется как в выборе информационных поводов, так и в способе их подачи. Анализ контентной стратегии CGTN позволяет выявить последовательное использование определённых смысловых моделей при освещении политически значимых событий. В частности, анализ публикаций о трагедии в Тяньцзине (2015) в CGTN и CNN International [Fearon et al., 2016, p. 145–165] показал, что CGTN акцентировал внимание на действиях китайского правительства по ликвидации последствий, в то время как CNN International фокусировался на угрозах и ответственности. CGTN избегал анализа причин трагедии, что свидетельствует о стратегическом использовании информационной неполноты.

Начиная с 2020 года отмечается усиление китайской пропаганды, а именно рост активности во время пандемии COVID-19, когда Китаю нужно было укрепить свой имидж после его ухудшения в связи с началом пандемии¹. Китай пытался контролировать поток критической информации из страны, включая наказание врачей и критиков действий Китая в период коронавирусного кризиса. Китай стремился преуменьшить свою ответственность и создавал образ дружественной страны, которая поставляет медицинское оборудование другим странам и вместе со всем миром борется с вирусом.

CGTN внедряет три основные стратегии интернационализации: глобализацию, локализацию и социализацию². Глобализация предполагает позиционирование CGTN не как государственного китайского телевидения, а как глобального медиа, освещающего мировые события в принципиально новой перспективе. Локализация требует адаптации контента к культурным предпочтениям, языковым особенностям и информационным потребностям различных региональных аудиторий. Социализация подразумевает активное использование социальных медиа для расширения охвата аудитории и создания интерактивного взаимодействия. Примером локализации является CGTN Africa, CGTN Europe и CGTN America. Необходимо отметить и программную политику медиасети CGTN: так, CGTN English преимущественно транслирует ток-шоу и аналитические шоу с глобальным экономическим и политическим уклоном – «Сближение с Китаем», «Точка зрения с Лю Син», «Глобальный бизнес», «Глобальный мониторинг», «Обзор мировых новостей». Для сравнения, в сетке вещания CGTN Arabic также имеются культурно-просветительские программы – «Туризм Китая», «Китайское искусство», «Китайские

¹ Nossel S. 2020. China Is Fighting the Coronavirus Propaganda War to Win. Foreign Affairs, March 20, 2020. URL: <https://foreignpolicy.com/2020/03/20/china-coronavirus-propaganda-war-journalistspress-freedom/> (accessed: 20.05.2026).

² All-China Journalists Association. 2009. Norms of Professional Ethics for Chinese Journalists. Beijing, ACJA.

знания». CGTN Français также дополняет культурно-просветительские программы – «Китай и я», «Империя вкусов», «Дневник путешествий».

CGTN на русском языке начал вещание в 2009 году, транслируя информационные, познавательные и развлекательные программы. Российская версия CGTN имеет канал на видеохостинге YouTube с более чем 323 тыс. подписчиков. В российской социальной сети «ВКонтакте» страница CGTN на русском языке¹ имеет около 304 тыс. подписчиков. Эта аудитория представляет значимый сегмент в контексте китайской стратегии влияния на русскоязычное информационное пространство. Содержание русскоязычного вещания CGTN адаптировано к интересам русской аудитории и соответствует политическим позициям России, особенно в контексте российско-украинского конфликта. CGTN активно опирается на международный Интернет, поэтому канал подключен к основным медиаплатформам на Западе, даже тем, которые заблокированы в Китае. По состоянию на январь 2026 г. CGTN имеет более 4,63 млн подписчиков и более 2,3 млрд просмотров на YouTube². CGTN активно позиционирует себя как противостоящее западному медиаимпериализму медиа, усиливающее борьбу с предвзятостью западных СМИ и продвигающее альтернативную точку зрения. Так, один из видеосюжетов, опубликованных CGTN, был сделан с применением технологий искусственного интеллекта. Название ролика – «Американская мечта. Говорят, что она для всех, но так ли это на самом деле?». В видео затрагиваются острые темы для США – от наркомании и количества заключенных в тюрьмах до растущего неравенства в благосостоянии³.

Заключение

В рамках правовых и нормативных особенностей можно утверждать: если в Европейских странах свобода прессы гарантирована конституционными нормами (Ст. 10 Европейской конвенции о правах человека, Ст. 5 Основного закона Германии)⁴, то в Китае, напротив, Закон о прессе и печати явным образом подчиняет их деятельность интересам КПК⁵. Государство имеет конституционное право и обязанность, согласно партийной идеологии, контролировать содержание всех публикуемых материалов. Китайские телерадиовещатели сталкиваются с фундаментальным противоречием: официально они определены как государственные учреждения и, несмотря на включение в рыночную экономику, не обладают абсолютной правосубъектностью и редакционной независимостью. В результате их деятельность носит преимущественно административный, а не рыночный характер.

Система организации радио и телевидения в Китае выстроена по административно-территориальному принципу: каждое медиа подчиняется соответствующему административному уровню и географическому региону. Эта структура создаёт непроницаемые барьеры между региональными вещателями, препятствуя реальной рыночной конкуренции. Доминирующее положение крупных медиахолдингов делает их практически защищёнными от конкуренции со стороны других телевизионных компаний материковой части Китая.

История показывает, что монополии, основанные на административных механизмах, с одной стороны, демонстрируют отсутствие инновационного развития, а с другой – устраняют естественную возможность банкротства, что является одним из главных

¹ CGTN на русском. 2016. URL: <https://russian.cgtn.com> (дата обращения: 15.02.2026)

² CGTN. YouTube. URL.: www.youtube.com/@cgtn

³ Hale E. 2024. China Turns to AI in Propaganda Mocking the 'American Dream'. Al Jazeera, March 29, 2024. URL: <https://www.aljazeera.com/economy/2024/3/29/china-turns-to-ai-in-propaganda-mocking-the-american-dream> (accessed: 15.02.2026)

⁴ Council of Europe. 2010. Media Diversity in Europe. Strasbourg, CoE.

⁵ Legislative Affairs Commission of the Standing Committee of the National People's Congress of the People's Republic of China. 1997. Laws of the People's Republic of China, 1997. Law Press, 364 p.



стимулов для развития и повышения эффективности. Анализ специфики международного телевизионного вещания Китая на примере CGTN в историческом контексте выявляет фундаментальное противоречие, характеризующее всю систему китайской журналистики в целом. Вопреки провозглашённым принципам «мягкой силы», международное вещание КНР остаётся неотъемлемой частью механизма партийно-государственного контроля, предопределяющего как его организационно-правовую структуру, так и содержательно-идеологическую специфику, что вызывает порой негативную реакцию как аудитории, так и экспертов и, естественно, западных чиновников. Такая преемственность уходит корнями в эпоху зарождения китайской прессы, имеет исторически обусловленный характер, демонстрирует открытый государственный контроль над информационной сферой и представляет органичный элемент политической культуры государства в теории идеологической борьбы. Переход на цифровые платформы не способствовал большей свободе выражения, а, наоборот, позволил партийному аппарату внедрить многоуровневые системы алгоритмической цензуры, функционирующие на основе технологий искусственного интеллекта и оптического распознавания символов.

Попытка позиционирования CGTN как глобального медиаигрока с эффективной стратегией локализации столкнулась с критической оценкой со стороны как западных аналитиков, так и независимых китайских обозревателей. Критика канала обусловлена не только его очевидной пропагандистской функцией, но и недостаточной способностью завоевать аудиторию, несмотря на существенные инвестиции, что указывает на фундаментальный разрыв между амбициозными целями проекта и его практической реализацией. Тем не менее китайское международное вещание имеет долговечную историю и в своей основе базируется на предсказуемых идеологических требованиях со стороны государства и амбициозных решениях по усилению глобального влияния. Китайская система медиа не рассматривается как дисфункциональное отклонение от «нормального» пути развития массмедиа, а представляет собой рациональную (с точки зрения политического выживания партийного режима) адаптацию марксистской теории информации к условиям глобального информационного пространства. Однако эта рациональность содержит встроенное ограничение, что исключает творческую спонтанность и органическое развитие, необходимые для завоевания глобальной аудитории.

Заявление о раскрытии информации

Для создания данной рукописи не использовались инструменты искусственного интеллекта. Базовая проверка языка, перевод статей китайских авторов и улучшение ясности изложения переводных цитат были выполнены с помощью Perplexity.ai. Все идеи, анализ и текст – полностью авторские.

Список литературы

- Беликова А.А. 2025. Иновещание и дипломатия «второго трека»: от истоков пересечения до настоящего времени. *Россия и мир: научный диалог*, 4(18): 75–86. DOI 10.53658/RW2025-4-4(18)-75-86.
- Ван Ю. 2016. Основные традиционные каналы внешней коммуникации в Китае. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*, 2: 142–150.
- Дун Я. 2019. Эволюция модели институционального управления китайскими радиовещательными СМИ. *Медиаскоп*, 2. DOI: 10.30547/mediascope.2.2019.3
- Истомина В. С., Симонова Е. В. 2022. Формирование и кодификация профессиональных этических норм журналистики в современной КНР. *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология*, 21(6): 138–149.
- Короченский А.П. 2004. Регулятивная роль медиакритики. В кн. Саморегулирование журналистского сообщества: опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. Под ред. Ю.В. Казаковой. Москва, Галерея: 209–225.



- Чжан Ж., Чжоу Ш., Быков А.Ю. 2025. Механизмы государственного регулирования медиа и формирование политических ценностей в Китае. *Коммуникология*, 13(2): 26–37. DOI: 10.21453/2311-3065-2025-13-2-26-37
- Anholt S. 2007. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Houndsmills, Palgrave Macmillan, 224 p. DOI: 10.1057/9780230627727
- Bolsover G. 2018. China: An Alternative Model of a Widespread Practice. *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*, ed. by S. C. Woolley, P.N. Howard. New York : Oxford University Press, 212–238.
- Brady A.M. 2008. *Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China*. Lanham, Rowman & Littlefield, 232 p.
- Britton R.S. 1933. *The Chinese Periodical Press, 1800–1912*. Kelly & Walsh, limited, 151 p.
- Chinese Media, Global Contexts. 2003. Ed. C.C Lee. New York, Routledge, 289 p.
- Covell M. 2018. Radio in Mao's China. *Westminster Papers in Communication and Culture*. 13(1).
- Fearon Thomas, Rodrigues Usha M. 2016. The dichotomy of China Global Television Network's news framing strategies: Comparing CGTN and CNN International's coverage of the Tianjin blasts. *Pacific Journalism Review*. 22(1): 145–165.
- Guan Z. 2017. A Brief History of Journalism in China. Shanghai, Shanghai Xinwen Baoshe. 1943.
- Jiang W. 2007. Press Conglomeration in Mainland China: An Overview. *Journal of Contemporary China*, 16(52): 597–609.
- Knockel Je., Xiong R., Steward T. 2019. (Can't) Picture This 2 An Analysis of WeChat's Realtime Image Filtering in Chats. The Citizen Lab. URL: <https://citizenlab.ca/research/cant-picture-this-2-an-analysis-of-wechats-realtime-image-filtering-in-chats/>
- Kurlantzick J. 2010. Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World. *Foreign Affairs*. 88(3): 44–54.
- He Z. & Huang Y. 2006. Chinese Media, Global Contexts. pp. 156–174.
- Li A., Wu M. 2018. See the Difference: What Difference? The New Missions of Chinese International Communication. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 13(1): 41–47. DOI: 10.16997/wpcc.275
- Li X., Wu H. 2018. Chinese Media Going Global: A Comparative Analysis of China Global Television Network and BBC World News. *Global Media and China*, 3(3–4): 191–207.
- Li X. 2001. Significant Changes in the Chinese Television Industry. *Brookings Institution*, pp. 8–12.
- Meyskens C. 2018. Radio in Mao's China. Mao Era Objects Project. *University of East Anglia*.
- Neumann A. L. 1997. *Press Freedom Under the Dragon: Can Hong Kong's Media Survive*. Committee to Protect Journalists, New York.
- Nye Jo.S. 2004. *Soft Power The Means to Success in World Politics*. New York, PublicAffairs, 215 p.
- Polumbaum J. 1990. The Tribulations of China's Journalists after a Decade of Reform. In: *Voices of China: The Interplay of Politics and Journalism*. Ed. by Ch.Ch. Lee. Guilford Publications: 33–68.
- Puppin G. 2020. Forty Years of the Return of Advertising in China (1979–2019): A Critical Overview. *JOMEC Journal*, 15: 1–19. DOI: 10.18573/JOMEC.201
- Rawnsley G.D. 2018. What Difference? The New Missions of Chinese International Communication. *Westminster Papers in Communication and Culture*. 13(1): 12–33.
- Stockmann D., Gallagher M., de Vreese C. 2023. Chinese State Media Persuades a Global Audience That the China Model Is Superior. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*, 120(49). DOI: 10.1073/pnas.2307988120.
- Stockmann D., Luo T. 2017. Which Social Media Facilitate Online Public Opinion in China? *Problems of Post-Communism*, 64(3–4): 189–202. DOI: 10.1080/10758216.2017.128 9818.
- Sun L. 2018. Developments and New Approaches of Internationalizing China's Media: A Case Study of China Global Television Network (CGTN) in Witness Perspective. *Global Media Journal*, 16(31). URL: <https://www.globalmediajournal.com/open-access/developments-and-new-approaches-of-internationalizing-chinas-media-a-case-study-of-china-global-television-network-cgtn-in-witness.php?aid=87145>
- Wagner R.G. 1995. The Role of the Foreign Community in the Chinese Public Sphere. *The China Quarterly*, 142: 423–443. DOI: 10.1017/S0305741000034998
- Waight H., Yuan Y., Roberts M.E., Stewart B.M. 2025. The decade-long growth of government-authored news media in China under Xi Jinping. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 122(11): e2408260122. DOI: 10.1073/pnas.2408260122



- Weston T. 2010. China, Professional Journalism, and Liberal Internationalism in the Era of the First World War. *Pacific Affairs*, 83(2): 327–348. DOI:10.5509/2010832327
- Wu Angela Xiao. 2022. Journalism via Systems Cybernetics: The Birth of the Chinese Communication Discipline and Post-Mao Press Reforms. *History of Media Studies*, 2. <https://doi.org/10.32376/d895a0ea.182c7595>.
- Wu X. 2000. Chinese Journalism and the Tyranny of Information. *Media Development*, 47(1): 44–47.
- Yao T. 2011. History of Sino-Soviet Cooperation. Beijing, Xinhua Press, 103 p.
- Ye P. The 1990. 'Two Newspapers and One Journal' System in the Cultural Revolution. *Chinese Studies in History*, 24(1): 42–63.
- Zhang C., Zhang D., Blanchard P. 2024. International Broadcasting During Times of Conflict: A Comparison of China's and Russia's Communication Strategies. *Journalism Practice*, 18(8): 1977–2004. DOI: 10.1080/17512786.2022.2140445.
- Zhao Yu. 1998. Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line. University of Illinois Press, 255 p.
- Zhao Yu. 2008. Communication in China: Political Economy, Power, and Conflict. Lanham, Md., Rowman & Littlefield, 371 p.
- Zhao Q., Wu J., Gao H. 2024. Building a shared future between China and Africa: A framing analysis of China Radio International's podcast news China Africa Talk. *Journalism*, 25(9)6 P. 1899–1919. DOI: 10.1177/14648849241234179.
- Zhu Y. 2012. Two Billion Eyes: The Story of China Central Television. New York, The New Press, 291 p.
- Zhou Y. 2024. Navigating constraints: news values and journalistic role performance in Chinese state media VR news. *Front. Commun*, 9: 1480659. DOI: 10.3389/fcomm.2024.1480659

References

- Wang Yu. 2016. The Main Traditional Channels of External Communication in China. *Bulletin of Russian Peoples' Friendship University. Series: Literary Criticism. Journalism*, 2: 142–150 (in Russian).
- Dong Ya. 2019. Evolution of the Model of Institutional Management of Chinese Broadcasting Media. *Mediascope*, 2 (in Russian). DOI: 10.30547/mediascope.2.2019.3
- Istomina V.S., Simonova N.B. 2022. Formation and Codification of Professional Ethical Norms of Journalism in Modern China. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 21(6): 119–129 (in Russian). DOI: 10.25205/1818-7919-2022-21-6-119-129
- Korochenskii A.P. 2004. Regulativnaya rol' mediakritiki [The Regulatory Role of Media Criticism]. In: Samoregulirovanie zhurnalistskogo soobshchestva: opyt. Problemy. Perspektivy stanovleniya v Rossii [Self-Regulation of the Journalistic Community: Experience. Problems. Prospects for Development in Russia]. Ed. Yu.V. Kazakova. Moscow, Publ. Galeriya: 209–225.
- Zhang R., Zhou Sh., Bykov A.Yu. 2025. Mechanisms of state regulation of media and the formation of political values in China. *Communicology*, 13(2): 26–37. DOI: 10.21453/2311-3065-2025-13-2-26-37
- Anholt S. 2007. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Houndsmills, Palgrave Macmillan, 224 p. DOI: 10.1057/9780230627727
- Belikova A.A. 2025. Foreign Broadcasting and Second Track Diplomacy: From the Origins of Intersection to the Present. *Russia and the World: Scientific Dialogue*, 4(18): 75–86. DOI 10.53658/RW2025-4-4(18)-75-86. – EDN ZURBHG.
- Bolsover G. 2018. China: An Alternative Model of a Widespread Practice. Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media, ed. by S. C. Woolley, P. N. Howard. New York : Oxford University Press, 212–238.
- Brady A.M. 2008. Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China. Lanham, Rowman & Littlefield, 232 p.
- Britton R.S. 1933. The Chinese Periodical Press, 1800–1912. Kelly & Walsh, limited, 151 p.
- Chinese Media, Global Contexts. 2003. Ed. C.C Lee. New York, Routledge, 289 p.
- Covell M. 2018. Radio in Mao's China. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 13(1).
- Fearon T., Rodrigues U.M. 2016. The dichotomy of China Global Television Network's news framing strategies: Comparing CGTN and CNN International's coverage of the Tianjin blasts. *Pacific Journalism Review*, 22(1): 145–165.



- Guan Z. 1943. A Brief History of Journalism in China. Shanghai: Shanghai Xinwen Baoshe.
- Jiang W. 2007. Press Conglomeration in Mainland China: An Overview. *Journal of Contemporary China*. 16(52): 597– 609.
- Knockel Je., Xiong R., Steward T. 2019. (Can't) Picture This 2 An Analysis of WeChat's Realtime Image Filtering in Chats. The Citizen Lab. URL: <https://citizenlab.ca/research/cant-picture-this-2-an-analysis-of-wechats-realtime-image-filtering-in-chats/>
- Kurlantzick J. 2010. Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World. *Foreign Affairs*. 88(3): 44–54.
- Li A., Wu M. 2018. See the Difference: What Difference? The New Missions of Chinese International Communication. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 13(1): 41–47. DOI: 10.16997/wpcc.275
- Li X., Wu H. 2018. Chinese Media Going Global: A Comparative Analysis of China Global Television Network and BBC World News. *Global Media and China*. Vol. 3, № 3–4. 191–207.
- Li X. 2001. Significant Changes in the Chinese Television Industry. Brookings Institution, 8–12 pp.
- Meyskens C. 2018. Radio in Mao's China. Mao Era Objects Project. University of East Anglia.
- Neumann A. L. 1997. Press Freedom Under the Dragon: Can Hong Kong's Media Survive. Committee to Protect Journalists, New York.
- Nye Jo.S. 2004. Soft Power The Means to Success in World Politics. New York, PublicAffairs, 215 p.
- Polumbaum J. 1990. The Tribulations of China's Journalists after a Decade of Reform. In: *Voices of China: The Interplay of Politics and Journalism*. Ed. by Ch.Ch. Lee. Guilford Publications: 33–68.
- Puppin G. 2020. Forty Years of the Return of Advertising in China (1979–2019): A Critical Overview. *JOMEC Journal*, 15: 1–19. DOI: 10.18573/JOMEC.201
- Rawnsley G.D. 2018. What Difference? The New Missions of Chinese International Communication. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 13(1): 12–33.
- Stockmann D., Gallagher M., de Vreese C. 2023. Chinese State Media Persuades a Global Audience That the China Model Is Superior. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*, 120(49). DOI: 10.1073/pnas.2307988120.
- Stockmann D., Luo T. 2017. Which Social Media Facilitate Online Public Opinion in China? *Problems of Post-Communism*, 64(3–4): 189–202. DOI: 10.1080/10758216.2017.128 9818.
- Sun L. 2018. Developments and New Approaches of Internationalizing China's Media: A Case Study of China Global Television Network (CGTN) in Witness Perspective. *Global Media Journal*, 16(31). URL: <https://www.globalmediajournal.com/open-access/developments-and-new-approaches-of-internationalizing-chinas-media-a-case-study-of-china-global-television-network-cgtn-in-witness.php?aid=87145>
- Wagner R.G. 1995. The Role of the Foreign Community in the Chinese Public Sphere. *The China Quarterly*. 142: 423–443. DOI: 10.1017/S0305741000034998
- Waight S. 2025. China's Global Media Strategy and the Expansion of State Influence. *Journal of Contemporary China*, 34(151): 1–18.
- Waight H., Yuan Y., Roberts M.E., Stewart B.M. 2025. The decade-long growth of government-authored news media in China under Xi Jinping. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 122(11): e2408260122. DOI: 10.1073/pnas.2408260122
- Weston T. 2010. China, Professional Journalism, and Liberal Internationalism in the Era of the First World War. *Pacific Affairs*, 83(2): 327–348. DOI:10.5509/2010832327
- Wu Angela Xiao. 2022. Journalism via Systems Cybernetics: The Birth of the Chinese Communication Discipline and Post-Mao Press Reforms. *History of Media Studies*, 2 (May). DOI: 10.32376/d895a0ea.182c7595
- Wu X. 2000. Chinese Journalism and the Tyranny of Information. *Media Development*, 47(1): 44–47.
- Yao Tingjun. 2011. History of Sino-Soviet Cooperation. Beijing, Xinhua Press, 103 p.
- Ye P. 1990. The 'Two Newspapers and One Journal' System in the Cultural Revolution. *Chinese Studies in History*, 24(1): 42–63.
- Zhang C., Zhang D., Blanchard P. 2024. International Broadcasting During Times of Conflict: A Comparison of China's and Russia's Communication Strategies. *Journalism Practice*, 18(8): 1977–2004. DOI: 10.1080/17512786.2022.2140445.



- Zhao Yu. 1998. *Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line*. University of Illinois Press, 255 p.
- Zhao Yu. 2008. *Communication in China: Political Economy, Power, and Conflict*. Lanham, Md., Rowman & Littlefield, 371 p.
- Zhao Q., Wu J., Gao H. 2024. Building a shared future between China and Africa: A framing analysis of China Radio International's podcast news China Africa Talk. *Journalism*, 25(9): 1899–1919. DOI: 10.1177/14648849241234179.
- Zhu Y. 2012. *Two Billion Eyes: The Story of China Central Television*. New York, The New Press, 291 p.
- Zhou Y. Navigating constraints: news values and journalistic role performance in Chinese state media VR news. *Front. Commun.* 2024. 9:1480659. DOI: 10.3389/fcomm.2024.1480659

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 02.02.2026

Received February 02, 2026

Поступила после рецензирования 19.04.2026

Revised April 19, 2026

Принята к публикации 14.06.2026

Accepted June 14, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Мириманов Дмитрий Александрович, кандидат филологических наук, доцент высшей школы (факультета) телевидения, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова; Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва, Россия.

Dmitry A. Mirimanov, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Higher School (Faculty) of Television, M.V. Lomonosov Moscow State University; Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.