

DOI 10.22394/1726-1139-2018-3-166-171

Информационное наступление Китая в Африке

Хижняк М. В.

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация, mariakhizhnyak@gmail.com

РЕФЕРАТ

За последнее десятилетие информационно-идеологическая экспансия Китая в Африку достигла беспрецедентных масштабов, сопровождая торгово-промышленное вторжение экономического гиганта стремлением создать новый благоприятный имидж КНР на континенте инструментами «мягкой силы». Такая внешнеполитическая стратегия обусловлена стремлением реализовать «китайскую мечту» — масштабный план развития страны, реализующийся в рамках концепции «Один пояс — один путь». «Путь и пояс» охватывают весь «мировой остров» — от Азии до Европы, проходя через страны Северо-Востока Африки. Этот проект играет ключевую роль в информационном наступлении Китая нынешнего тысячелетия.

Ключевые слова: информационная безопасность, стратегическая коммуникация, медиа-стратегия Китая, концепция «Один пояс — один путь», африканская медиаинфраструктура, африканские СМИ

Information Invasion of China in Africa

Khizhnyak M. V.

Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russian Federation, mariakhizhnyak@gmail.com

ABSTRACT

Over the past decade, China's information and ideological expansion to Africa has reached an unprecedented scale, accompanying the economic and commercial invasion of the economic giant with the desire to create a new favorable image of the PRC on the continent with the tools of «soft power». Such foreign policy strategy is conditioned by the aspiration to realize the «Chinese dream» — a large-scale plan of the country development, implemented through the concept «One Belt, One Road». «Road and Belt» cover the entire «World Island» — from Asia to Europe, passing through the countries of the North-East of Africa. This project plays a key role in China's information invasion in the current millennium.

Keywords: information security, strategic communication, China's media strategy, the «One Belt, One Road» concept, the African media infrastructure, the African media

Прирост населения в Африке происходит беспрецедентными темпами, ведя к тому, что в скором будущем жители африканского континента станут основой мирового рынка труда. При этом Африка до сих пор остается самым бедным регионом мира с низким средним уровнем образования и высоким уровнем безработицы. Это значит, что в перспективе колоссальные массы африканского населения, недовольные уровнем жизни, могут стать источником глобальной угрозы экономической, политической и социальной безопасности. Принимая во внимание подобные тенденции, сильные государства стремятся занять свою нишу в развитии региона, реализуют сотни инфраструктурных проектов по всему континенту, вкладывая миллиарды долларов в развитие образования, здравоохранения, информационное и транспортное обеспечение. При этом часто под предлогом сокращения разрыва в качестве жизни развитые страны преследуют собственные экономические и политические интересы.

На сегодняшний день главным конкурентом западных стран в приобретении стратегического влияния в странах Африки является Китай [3]. За последнее десятилетие его экономическая и информационно-идеологическая экспансия достигла беспрецедентных масштабов, сопровождая торгово-промышленное вторжение экономического гиганта стремлением создать новый позитивный имидж КНР на континенте инструментами «мягкой силы».

Следуя данной концепции, Китай стремится заставить африканские страны добровольно восхищаться его ценностями, приводя к желанию следовать за КНР, как за успешным примером достижения процветания, благосостояния и открытости. «Мягкая сила» в данном случае подразумевает формирование благоприятного образа КНР в сознании местного африканского населения не только дипломатическими механизмами, но и посредством экономической помощи, бизнес-коммуникаций, предоставлением стипендий и грантов, проведением обучающих программ, открытием образовательных учреждений и целенаправленной политикой в области СМИ.

Такая внешнеполитическая стратегия обусловлена стремлением реализовать «китайскую мечту» — масштабный план развития страны, реализующийся в рамках концепции «Один пояс — один путь». «Путь и пояс» охватывают весь «мировой остров», выстраивая экономической мост от Азии до Европы, своими морскими путями проходя через страны Севера и Востока Африки. Именно этот регион играет ключевую роль при транспортировке грузов в Европу, ведь транзит между Индийским океаном и Средиземным морем невозможен без Суэцкого канала. Кроме того, проект призван облегчить и ускорить поставки сырья и другой продукции, а также обеспечить безопасность морских транспортных путей, в связи с чем план предусматривает развитие портов и военно-морских баз вдоль всего восточного побережья Африки. Таким образом, появление проекта «Пояса и пути» формально закрепило цель китайского экономического и информационного проникновения на африканский континент.

На сегодняшний день очевидна связь нового геополитического проекта Китая с рядом масштабных инфраструктурных проектов, инициированных в Африке за последние десятилетия. Китай последовательно воплощая свои идеи, заключая пакетные соглашения — «энергоресурсы в обмен на инфраструктуру», что усиливало зависимость экономик африканских стран от эксплуатации природных ресурсов, неизбежно ведя к обострению конкурентной борьбы за природные ресурсы и усилению угрозы обострения конфликтов. В конечном итоге, это послужило поводом к росту антикитайских настроений в ряде африканских государств, заставив Китай пересмотреть и оптимизировать свою политику на континенте, перейдя к более «мягким» средствам доступа к освоению африканских ресурсов.

Чтобы ослабить напряженность в отношениях местного населения с китайским бизнесом и обеспечить позитивный имидж своей страны, Китай планомерно начал осуществлять свое информационное наступление на континенте. Стремление китайских лидеров усилить дискурсивную власть воплотилось в активизации экспансии ведущих китайских СМИ в Африке. Начавшись еще в 1960-х, когда Beijing Review и другие китайские журналы стали активно распространяться в книжных магазинах Танзании, ЮАР и Египта на арабском, английском, французском, хауса и суахили, а радио «Radio Peking» стало серьезным конкурентом таких западных гигантов, как BBC, Voice of America, информационное наступление Китая сегодня достигло беспрецедентных масштабов [6].

Только за 2011 г. официальное информационное агентство Китая «Синьхуа» расширило свое присутствие в Африке на 5 новых филиалов, добавив их в свою уже существующую сеть из региональных бюро в Найроби и Каире и 18 филиалов [7]. Крупнейшая китайская газета China Daily, распространяемая изначально на рейсах авиакомпании Kenya Airways (с 2012 г.), сегодня еженедельно выпускает 24-стра-

ническое издание в ряде африканских государств. Кроме того, Китай инициировал выпуск ежемесячного журнала *ChinAfrica*, редакция которого базируется в Йоханнесбурге, ЮАР¹.

В то же время, для региона с 38% неграмотного взрослого населения² основными средствами получения информации остаются радио и телевидение. В этой связи в 2006 г. Международное радио Китая открыло свою первую зарубежную радиостанцию в Найроби (Кения), к началу 2011 г. телевизионная платформа информационного агентства «Синьхуа» *CNC World* начала свое вещание для африканских телезрителей, а в 2012 г. была запущена африканская версия международного телеканала «Центрального телевидения Китая» (*CCTV Africa*).

Информационное вторжение Китая сопровождается значительными инвестициями в телекоммуникационную инфраструктуру, в которых в первую очередь задействованы крупнейшие китайские компании — *Huawei* и *ZTE*. Начав свою деятельность на африканском континенте в конце 1990-х годов, *Huawei* прочно обосновался на африканском телекоммуникационном рынке. Спустя почти 20 лет компания расширила свою африканскую сеть и сегодня осуществляет деятельность уже в более чем 40 странах континента. На сегодняшний день *Huawei* входит в топ-3 телекоммуникационных компаний региона. Из нескольких десятков доступных 4G сетей в Африке более 70% принадлежит *Huawei*³. И активность компании в регионе лишь набирает обороты. В 2013 г. китайский телекоммуникационный гигант заключил сделку на 700 млн долл. на строительство сетей сотовой связи в Эфиопии, подписал соглашения на управление сетями связи в Нигерии и Замбии, а в богатой нефтью Анголе *Huawei* взялся за строительство LTE 4G сетей связи для государственной компании мобильной связи *Movicel*⁴.

ZTE Corporation — вторая по величине телекоммуникационная компания в Китае, и в то же время основной конкурент *Huawei* в Африке, имеющий 26 африканских офисов. Она также занимается строительством сетей на континенте. В 2006 и 2011 гг. эфиопский государственный телекоммуникационный монополист *Ethio Telecom* получил китайские займы на сумму 3,5 млрд долл., что позволило *ZTE* увеличить пропускную способность мобильной сети с 900 000 пользователей в 2006 г. до 17 млн в 2012⁵.

Строительство инфраструктуры и поставки информационных технологий, как правило, сопровождаются обучением персонала, которое не всегда является ценностно-нейтральным. Как замечают некоторые исследователи, по мере приобретения навыков работы, сотрудники впитывают культурные и политические ценности, на основе которых базируются подобные тренинги [6]. Ведь часто стажировка осуществляется именно в китайских медиакомпаниях. Кроме того, они перенимают и китайский взгляд на ведение журналистской практики, получая возможность сравнить этот подход с тем, что предлагают западные медиаспециалисты.

Масштабы распространения китайского медиавлияния набирают обороты, вызывая недовольство у защитников прав человека, свободы прессы и западных

¹ *Jacobs A.* Pursuing Soft Power, China Puts Stamp on Africa's News [Электронный ресурс] // *The New York Times*. 16.08.2012 URL: <http://www.nytimes.com/2012/08/17/world/africa/chinas-news-media-make-inroads-in-africa.html> (дата обращения: 12.12.2017).

² Literacy and non-formal education [Электронный ресурс] // Официальный сайт UNESCO. URL: <http://www.unesco.org/new/en/dakar/education/literacy/> (дата обращения: 12.12.2017).

³ *Farid F. Y.* Huawei looks to Africa to cut network deals [Электронный ресурс] // *This is Africa*. 9.03.2016. URL: <http://www.thisisafricaonline.com/News/Huawei-looks-to-Africa-to-cut-network-deals?ct=true> (дата обращения: 12.12.2017).

⁴ *Reed J.* Africa's Big Brother Lives in Beijing: Is Huawei wiring Africa for surveillance? Or just for money? [Электронный ресурс] // *Foreign Policy*. 30.07.2013. URL: <http://foreignpolicy.com/2013/07/30/africas-big-brother-lives-in-beijing/> (дата обращения: 12.12.2017).

⁵ См. там же.

конкурентов. Они не связывают информационное наступление Китая с возможным стремлением обеспечить свободу информации и самовыражения. «Если они не предоставляют эти свободы своим гражданам, почему они должны вести себя по-другому где бы то ни было еще?»¹ Западные исследователи также призывают страны Африки к переоценке своего отношения к китайскому медиавторжению. Они отмечают двойственность последствий китайской медиаактивности [4]. С одной стороны, африканские государства получают необходимую информационную и телекоммуникационную инфраструктуру, доступ к информации, рабочие места, но, в то же время, иностранные СМИ помогают формировать определенный дискурс, картину восприятия мира, которая не всегда предстает перед зрителями в полном реальном объеме. Поэтому специалисты призывают обратить особое внимание на последствия такого медиаобогащения в виде ослабления медиа-демократии, а также тщательно взвесить соотношение между краткосрочной выгодой и возможными долгосрочными негативными последствиями.

Отсталость развития африканского региона вынуждает местные правительства и частные компании идти на сделки с иностранными партнерами, которые не всегда несут исключительно положительный эффект. В этом случае стремление сторон к собственной выгоде неизбежно приводит к определенным рискам для обоих участников соглашения. Нестабильность региона несет риски для иностранных инвесторов, в то время как активная экспансионистская политика иностранных государств несет для африканских государств угрозу «растворения одних культур в других» [2]. В этой ситуации Африка стоит перед выбором: сотрудничество с Западом, который очевидно предоставляет помощь лишь в обмен на жесткие политические реформы, и Востоком в виде Китая, провозглашающего общие с африканцами ценности и взгляды, схожее прошлое, и не требующего открыто каких-либо кардинальных изменений внутренней жизни африканских государств [1]. В последнее время выбор восточного пути развития становится все более очевидным. При этом, как показывают исследования, несмотря на возникающие страхи перед усилением китайского влияния, африканское медиасообщество не видит реальной угрозы со стороны «китайского дракона» [6].

Таким образом, распространение китайского влияния в африканской медиасреде происходит в различных направлениях — от производства и распространения контента до прямых инвестиций в инфраструктурные проекты, развитие региональных СМИ и обучение африканских журналистов. По мнению ряда специалистов, подобные инвестиции напрямую связаны с мощными геополитическими и экономическими интересами Китая и не могут способствовать независимому представлению информации. Другие смотрят на это более оптимистично, полагая, что китайский опыт будет способствовать оздоровлению африканской системы массмедиа. Но все исследователи, в целом, сходятся во мнении, что, обладая значительным потенциалом для вторжения в информационный и телекоммуникационный сектор и во многом превосходя своих западных конкурентов, Китай надолго задержится в Африке.

Такой прогноз идет в одном ключе с целями провозглашенной концепции «Одного пояса — одного пути», ориентированной на возрождение всестороннего влияния Китая в мире. Информационное наступление Китая в Африке является еще одной ступенью на пути к достижению этой глобальной цели. Используя широкую информационную сеть по всему африканскому континенту, Китай обеспечил себе условия для эффективного продвижения позитивного имиджа, а также формирования дис-

¹Jacobs A. Pursuing Soft Power, China Puts Stamp on Africa's News [Электронный ресурс] // The New York Times 16.08.2012. URL: <http://www.nytimes.com/2012/08/17/world/africa/chinas-news-media-make-inroads-in-africa.html> (дата обращения: 12.12.2017).

курса, благоприятного для достижения своих политических целей, при этом не вызывая у аудитории отторжения предлагаемой информации. Китай предстает перед африканской публикой в образе партнера, предоставляющего выгодные займы и помощь в развитии инфраструктуры, образца для подражания, демонстрирующего эффективную модель развития. И, безусловно, позитивное информационное сопровождение растущей активности Китая в регионе способствует дальнейшему благоприятному развитию экономической и политической деятельности Китая в африканских государствах.

Подобная тенденция отражает существенные изменения в характере вовлечения Китая в мировые процессы. Заинтересованность Китая в делах африканских государств обусловлена, в первую очередь, их геополитическими целями, явно выраженными на фоне растущей взаимозависимости государств и неконтролируемой конкуренции за материальные ресурсы. В такой ситуации непрерывная экспансия китайской коммерческой активности и инфраструктурные инвестиции напрямую зависят от успеха стратегической коммуникации Китая и применения «мягких» средств влияния, что эффективно демонстрируется Китаем в процессе достижения их «китайской мечты».

Литература

1. Панцеров К. А. Россия и Китай: к вопросу установления глобального лидерства // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2015. № 1 (17). С. 35–42.
2. Панцеров К. А. Страны Африки в современном взаимозависимом мире: диалог культур или столкновение цивилизаций? // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 6. Политология. Международные отношения. 2015. Вып. 4. С. 95–105.
3. Панцеров К. А. США в Тропической Африке: партнерство или конкуренция с Китаем? // Вызовы и дилеммы внешней политики США в начале XX в.: региональные аспекты / отв. ред. Б. А. Ширяев, Я. В. Лексютина, А. Н. Богданов. СПб. : Скифия-принт, 2014. С. 104–121.
4. Franks S., Ribet K. China-Africa Media Relations // Global Media and Communication. 2009. N 5 (1). P. 129–136.
5. Hsueh R., Nelson M. B. Who Wins? China Wires Africa: The Cases of Angola and Nigeria // Paper presented at NYU/Giessen Development Finance Conference. New York University School of Law. New York. April 9, 2013. URL: <http://www.iij.org/wp-content/uploads/2017/02/Hsueh-Who-wins-2003.pdf> (дата обращения: 31.03.2017).
6. Madrid-Morales D., Wasserman H. Chinese Media Engagement in South Africa: What is its impact on local journalism? // Journalism Studies. Published: 10 January 2017. P. 1–18.
7. Wasserman H. Reporting China in Africa: media discourses on shifting geopolitics. London : Routledge, Taylor & Francis Group, 2015.

Об авторе:

Хижняк Мария Владимировна, аспирант факультета международных отношений Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Российская Федерация); mariakhizhnyak@gmail.com

References

1. Pantserov K. Russia and China: to the issue of establishing global leadership // Eurasian integration: economics, law, politics [Evraziiskaya integratsiya: ekonomika, pravo, politika]. N 1 (17). 2015. P. 35–42. (In rus)
2. Pantserov K. The countries of Africa in the modern interdependent world: the dialogue of cultures or the clash of civilizations? // Bulletin of the St. Petersburg University. Series 6. Political science. International relationships [Vestnik Sankt-Peterburgskogo Universiteta. Seriya 6. Politologiya. Mezhdunarodnye otnosheniya]. 2015. Is. 4. P. 95–105. (In rus)
3. Pantserov K. USA in Tropical Africa: partnership or competition with China? // Challenges and dilemmas of US foreign policy in the early twentieth century: regional aspects / Ed. by B. A. Shiryayev, Ya. V. Leksyutina, A. N. Bogdanov. SPb. : Scythia-print, 2014. P. 104–121. (In rus)

4. Franks S., Ribet K. China-Africa Media Relations // Global Media and Communication. 2009. N 5 (1). P. 129–136.
5. Hsueh R., Nelson M.B. Who Wins? China Wires Africa: The Cases of Angola and Nigeria // Paper presented at NYU/Giessen Development Finance Conference. New York University School of Law. New York. April 9, 2013. URL: <http://www.iij.org/wp-content/uploads/2017/02/Hsueh-Who-wins-2003.pdf> (date of the address: 31.03.2017).
6. Madrid-Morales D., Wasserman H. Chinese Media Engagement in South Africa: What is its impact on local journalism? // Journalism Studies. Published: 10 January 2017. P. 1–18.
7. Wasserman H. Reporting China in Africa: media discourses on shifting geopolitics. London : Routledge, Taylor & Francis Group, 2015.

About the author:

Maria V. Hizhnyak, graduate student of Saint-Petersburg State University (Saint-Petersburg, Russian Federation); mariakhizhnyak@gmail.com