

Проблемна історія ініціативи «Один пояс — один шлях»

Автор: Каміла Гладікова, Сінопсіс

За останні три роки, згідно з даними організації Freedom House, медіавплив Пекіна у світі посилюється. Однак аналіз показує порівняно невисоку ефективність зусиль Китаю «розповісти власну історію» у протистоянні місцевим наративам і відкритим суспільним дебатам.

У 2013 році КНР запустила свою ініціативу глобального співробітництва, відому як BRI (більш відома як «Один пояс — один шлях»). У її рамках просували, а в деяких випадках і реалізували низку великих інфраструктурних проєктів — від портів і аеропортів до високошвидкісних залізниць, дамб і мостів. Ініціатива здебільшого спрямована на країни Азії та Африки, але також зосереджена на Південній Америці, Східній Європі та Балканах.

Пекін витратив мільярди доларів не лише на реалізацію цих проєктів, а й на пропаганду своєї діяльності під прапором BRI. У прагненні посилити «дискурсивну силу» китайського режиму однією з основних цілей було обрано стратегічне посилення впливу ЗМІ. За допомогою власних медіаканалів, а також через співпрацю з іноземними ЗМІ Китай прагне «розповісти [світу] китайську історію правильно» (讲好中国故事). Неодноразово згаданий заклик лідера Сі Цзіньпіна стосується так званого стратегічного сторителлінгу — методу, який останніми роками широко використовується у сферах комунікації та маркетингу. Його мета — у чомусь переконати слухача, глядача чи читача, саме розповідаючи певні історії.

Історія, яку мав на увазі голова Комуністичної партії Китаю, базується на марксистській та маоїстській ідеології. І базується вона передусім на критиці західного імперіалізму та колоніалізму останніх двох століть, а також глобалізації під керівництвом Заходу, яка ознаменувала вступ у нове тисячоліття. Китайська історія — це історія «століть приниження» та

наступного «століття злету» легендарного «Серединного царства», посилаючись на тисячолітню історію та багату культурну традицію.

Допомога та розвиток чи колосальні провали?

Один із наративів, які підтримують позицію Китаю як глобальної наддержави, пов'язаний саме з ініціативою «Один пояс — один шлях» та її проєктами. Через майже десятиліття після її впровадження низка аналізів показує, що боротьба ЗМІ Пекіна за позитивний імідж власних іноземних інвестицій не завжди є успішною. Зрештою, багато проєктів BRI із часом сприймаються як «великі провали», що часто призводять до «зростання корупції, зміцнення антидемократичних практик і обтяження цільових держав надмірною заборгованістю». Сервер Global Voices нещодавно опублікував розлогий аналіз медіадискурсу, пов'язаного з ініціативою «Один пояс — один шлях» у чотирнадцяти країнах — від Філіппін, Центральної Азії та Європи (включно із Чеською Республікою) до Південної Америки. Аналізуючи це, Global Voices робить висновок, що, незважаючи на зусилля Пекіна, місцеві наративи значною мірою «впливають на напрямок і результати зусиль Китаю щодо реалізації проєктів BRI».

Аналіз відображає основні аргументи, якими КНР обстоює свої проєкти по всьому світу. До них належать збільшення зайнятості, відкриття доступу до китайського ринку, доступ до передових технологій і виробничих процесів або розвиток міст. Однак місцеві наративи зазвичай резонують у ЗМІ набагато сильніше, ніж офіційні китайські наративи, а питання, які найчастіше обговорюються, здебільшого є найбільш контroversійними: підкуп еліт, корупція, місцевий націоналізм, антикитайські настрої та расизм, якість реалізації проєкту, або втручання Китаю в місцеву політику.

Офіційний китайський «наратив» зображує китайські інвестиції в сприятливому світлі як «допомогу» в розвитку слабшим і підкреслює те, що Китай є технологічно та економічно розвинута країна. Він представляє себе як світового лідера, який виправляє помилки, спричинені західним колоніалізмом і глобалізаційним неокolonіалізмом. З боку Пекіна це боротьба за владу,

спрямована на зміцнення власних позицій на світовій арені. Його підхід поєднує в собі елементи колишнього західного імперіалізму, колоніалізму та капіталістичної глобалізації — лише з «китайськими рисами» ідеології комуністичної партії. Як пише Іван Сігал у вступному тексті аналізу Global Voices:

«BRI — це наратив з імперськими амбіціями визначати порядок світу. Він профінансований мільярдами доларів і намагається організувати світ відповідно до власної специфічної уяви. Даний наратив представляє можливі форми майбутнього, усі з яких організовані з центру влади — і, таким чином, він є прямою протилежністю візії пов'язаних між собою суспільств, що проявляється, наприклад, у відкритих комунікаційних технологіях. Ці взаємопов'язані суспільства, у яких влада та вплив не зосереджені в одній точці, створюють локальні, мінливі наративи, які принаймні намагаються спиратися на вільних дискусіях, допомагаючи побудувати колективне бачення світу».

Підвищення ефективності міжнародної комунікації

Китайський медіапроект (СМР) уже давно спостерігає за зусиллями Пекіна посилити власну «дискурсивну силу» та послабити «західні голоси» на світовій арені. За останні приблизно п'ятнадцять років режим створив величезну мережу ЗМІ, призначену для поширення китайських наративів і партійної пропаганди за кордоном. Її основною опорою є державні ЗМІ на чолі з державним агентством New China, газетою People's Daily і державним телебаченням CCTV. Контент, створений ними або спільно створений ними, потім поширюється через соціальні мережі та онлайн-платформи, а також підхоплюється іноземними ЗМІ, які його часто публікують просто у вигляді платного піару.

Нове дослідження СМР зосередилося на (не)успіху глобального китайського медіаапарату, який лаконічно описує як «глобальну ілюзію величчя». Автор дослідження Девід Бандурський узяв за основу кілька текстів на тему «всебічне підвищення ефективності міжнародної комунікації» (全面提升国际传播效能), які опублікувало People's Daily наприкінці минулого року. Саме це видання

очолює мережу новин «Один пояс — один шлях» (BRNN), яка об'єднує 213 медіаорганізацій у 99 країнах для «обміну інформацією та оприлюднення досягнень країн і регіонів у рамках ініціативи “Один пояс — один шлях”». Він детально аналізує справжню природу всіх успіхів, які увінчують ці статті серією чудових оцінок. Тексти, опубліковані головними ЗМІ Комуністичної партії Китаю, намагаються проілюструвати офіційну політику конкретними прикладами, з яких часто стає зрозуміло, що партійні ЗМІ, як правило, зазнають поразки у своїх зусиллях охопити іноземну аудиторію. Основна причина полягає в тому, що вони не враховують місцеві умови, інтереси та цінності, і по суті, пропонують людям за кордоном ту ж пропаганду, що і внутрішній аудиторії.

Недостатня «дискурсивна сила»

Однією з основ медійних зусиль Китаю є створення «китайської дискурсивної системи» (中国话语体系), яка має конкурувати із «західною» на глобальній арені та в ідеалі поступово її витіснити. У її рамках, наприклад, свобода, демократія і права людини мають обговорюватися не в «західній концепції», а в китайській, точніше в концепції Комуністичної партії Китаю та її ідеології. Однак політичні фрази на кшталт «китайської дискурсивної системи» на практиці часто залишаються лише порожніми гаслами, які ті, хто знаходиться внизу, прагнуть наповнити змістом, який, на їхню думку, задовольнить їхню верхівку.

Далі в статтях People's Daily йдеться про необхідність створення системи стратегічної комунікації з китайськими рисами. Ця система повинна використовувати вже наявні іноземні платформи — засоби масової інформації, а також конференції та форуми, китайців, які живуть за кордоном, або «іноземних друзів», щоби «привернути більшість [на свій бік]» і «заволодіти міжнародною дискурсивною владою».

Тим не менш, СМР справедливо сумнівається в тому, чи буде створення «теоретичних систем для донесення величі, впевненості та унікальності Китаю до міжнародної аудиторії» достатнім для виконання такого завдання. Детальний аналіз балансу медіапродукції People's Daily за кордоном показує, що ні. За

обнадійливими цифрами, якими партійна газета доводить вплив своїх текстів за кордоном, у більшості випадків ховається або платна реклама, або поширення ідентичного контенту різними мовними мутаціями за великої підтримки соціальних мереж.

Крім того, найчастіше ці статті стосуються дипломатичної діяльності президента Сі Цзіньпіна та поширення його ідеології. Тому не дивно, що вони охоплюють мало іноземної аудиторії. За оцінками Бандурського, лише публікація статей під заголовком газети People's Daily в іноземних виданнях, наприклад, у Саудівській Аравії, Індонезії, Південній Кореї чи Єгипті, ймовірно, обійшлися виданню в десятки мільйонів доларів. Автор пише:

«Китай наполягає на тому, що він готовий голосно та переконливо говорити зі світом, і що він хоче показати “справжній, тривимірний та всеосяжний Китай”. Однак він віддаляється від цієї мети через власну неспроможність почути та свою впертість у придушенні різноманітних людських голосів на користь єдиного та самовдоволеного голосу держави».

Відкрита дискусія проти тоталітаризму

Цей висновок багато в чому збігається з результатами аналізу Global Voices. Це може бути гарною новиною, незважаючи на те, що згідно зі звітом Freedom House за 2022 рік, Китай знову значно розширив свій глобальний вплив у ЗМІ. У звіті, серед іншого, йдеться:

«Комуністична партія Китаю та її посередники використовують більш витончену та насильницьку тактику для формування наративів і придушення критичного інформування. Масове розповсюдження контенту, що підтримується Пекіном, через мейнстрімові засоби масової інформації, залякування ЗМІ, які публікують новини чи коментарі, що не подобаються китайському уряду, кіберзалякування, фальшиві облікові записи в соціальних мережах і цілеспрямовані кампанії з дезінформації — це тактики, використання яких помітно зросло з 2019 року».

Однак навіть Freedom House повідомляє, що ці зусилля підриваються місцевими незалежними ЗМІ, громадянським суспільством і законами про захист свободи преси. Це також підтверджує Global Voices:

«Пекін часто створює наративи, які ставлять Китай у центр розвитку та впливу. Однак наше дослідження виявило часто суперечливу динаміку між грандіозними наративами, які пропагує Китай (...) та різними місцевими наративами громадян, активістів, журналістів та урядів. Ми виявили, що місцеві наративи можуть впливати, а іноді й ефективно зупиняти амбіції Китаю. Ми помітили спроби Китаю утвердити свій вплив через місцеві еліти, обстоюючи власну точку зору або придушуючи публічні дебати. Проте ми також спостерігали за зусиллями інших країн створити контрнاراتиви, просуваючи власне бачення розвитку. І вони часто несумісні з китайським баченням або навіть відверто конкурують з ним».

China Digital Times також описала кілька прикладів, коли **оплачені** Пекіном іноземні журналісти писали про китайські проекти BRI, малюючи цю діяльність у рожевому світлі, не згадуючи спротив місцевих жителів і проблеми, які часто висвітлюють місцеві організації. Напруженість загострилася в останні місяці, наприклад, у двох країнах, де китайський вплив сильний і де Пекін бере участь у низці інфраструктурних проєктів, а саме в Пакистані та Афганістані, на відновленні яких Китай мав амбіції співпрацювати з Талібаном.

Проте, як зазначають автори нового аналізу, опублікованого у Foreign Affairs, проєкти BRI супроводжують проблеми по всьому світу. Вони описують відхід Пекіна від гігантських інвестицій, пов'язаних із ризикованими позиками країнам із високим боргом, і перехід до «менш показних і дешевших ініціатив, наприклад, в академічних колах, телекомунікаціях, зеленій енергетиці чи вилові тунця». Таким чином, розрив між реальністю та тим, як Китай хоче представити себе через власні пропагандистські мережі, щоби «краще розповісти свою історію» світу поступово збільшується.