

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В КИТАЙСКОЙ МЕДИАСРЕДЕ

Чжан Янин

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

Поступила в редакцию 20 февраля 2025 г.

Аннотация: В данной статье автор показывает актуальность изучения формирования общественного мнения средствами медиа на примере Китая в контексте перехода цивилизации от индустриальной эпохи к цифровой.

Ключевые слова: общественное мнение, Китай, социальные сети, СМИ, медиа, журналистика, цифровая эпоха, пропаганда, цензура

Abstract: In this article, the author shows the relevance of studying the formation of public opinion by means of the media using the example of China in the context of the transition of civilization from the industrial era to the digital one.

Keywords: public opinion, China, social networks, mass media, media, journalism, digital age, propaganda, censorship

Научное изучение феномена «общественное мнение» и его формирования средствами медиа в наши дни перешло на новый этап в связи с глобальным переходом от индустриальной эпохи к эпохе цифровой: «Глобальная трансформация социального сдвига в обществе, спровоцированного его переходом от индустриальной стадии к стадии информационно-коммуникативной среды, непосредственно связан с качественной лиминальностью в обществе и, как следствие, общественном мнении. Данные условия предопределяют объективную необходимость исследования общественного мнения, его роли и влияния СМИ» [1, 1]. Они способны запускать и контролировать социальные процессы огромных масштабов, что влияет на культуру, геополитику, а также, как показала пандемия, определяет эффективность реагирования населения и правительственных служб на чрезвычайные ситуации в различных сферах.

Стоит сказать, что в гуманитаристике отсутствует общепринятое определение понятия «общественное мнение». В самом общем смысле под общественным мнением понимают выражение устойчивого согласия в обществе или в отдельных группах населения относительно важных вопросов или событий текущей социально-политической жизни. «Общественное мнение — это совокупность индивидуальных взглядов, установок и убеждений по определенной теме, выраженных значительной частью сообщества. Некоторые ученые рассматривают совокупность как синтез взглядов всего общества или его определенной части; другие считают ее набором множества различных или противоположных взглядов» [2].

Политологи и историки склонны подчеркивать роль общественного мнения в управлении государством и политике, уделяя особое внимание его влиянию на формирование государственной политики. Действительно, некоторые политологи считают общественное мнение эквивалентом национальной воли. Однако в таком ограниченном смысле в любой момент времени может существовать только одно общественное мнение по какому-либо вопросу. Социологи, напротив, обычно рассматривают общественное мнение как результат социального взаимодействия и коммуникации. Согласно этой точке зрения, не может быть общественного мнения по какому-либо вопросу, если представители общественности не общаются друг с другом. Даже если их индивидуальные мнения изначально очень похожи, их убеждения не будут составлять общественное мнение до тех пор, пока они не будут переданы другим в той или иной форме.

Почти все исследователи общественного мнения, независимо от того, как они его определяют, сходятся во мнении, что для того, чтобы явление можно было считать общественным мнением, должны быть соблюдены как минимум четыре условия: (1) должна существовать проблема, (2) должно быть значительное число людей, выражающих свое мнение по этому вопросу, (3) по крайней мере некоторые из этих мнений должны отражать своего рода консенсус, и (4) этот консенсус должен прямо или косвенно оказывать влияние.

В понимании того, что такое «общественное мнение», необходимо учитывать субъективно-эмоциональную ее составляющую: «Мнение — это субъективная форма отражения объективной реальности. Его природа оценочно-ценностная и оно

субъективно-объективно обусловлено. Общественное мнение следует понимать как мнения, суждения, оценки по тому или иному поводу, распространенные в социальных общностях. Мнения основываются на эмоционально-чувственно окрашенных представлениях» [3, 75]. Важная роль эмоционально-субъективного компонента обуславливает как положительные, так и проблемные аспекты формирования общественного мнения.

С понятием общественное мнение связаны такие важные феномены, как социальный контроль, массовая коммуникация, а также легитимизация господства. Примечательно, что в наши дни изучение общественного мнения предполагает не только анализ массовых настроений, но также и выявление связей между мнениями различных групп в контексте настроений социального целого.

В эпоху бурного развития интернета сами по себе механизмы формирования общественного мнения сохранили свою классическую структуру, однако была увеличена скорость протекания данного процесса. Для нас важно, что с приходом цифровой эпохи появились проблемы ослабления цензуры и по-новому встал вопрос о контроле за информационными потоками. Это необходимо учитывать при сравнительном анализе китайских и западных медиа, которые определяют общественное мнение значительного количества людей.

Социальные сети в Китае не первый год могут оказывать большое давление на режим, чтобы он реагировал. Уже по состоянию на 2017 г. исследователи свидетельствовали о следующем. Например, после взрыва в Тяньцзине президент Си Цзиньпин призвал к срочным общенациональным проверкам опасных химических веществ и анализу безопасности на рабочих местах, а премьер-министр Ли Кэцян посетил место происшествия, чтобы изучить ситуацию. Бывший вице-мэр Тяньцзиня Ян Дунлян, в то время член Центрального комитета Коммунистической партии Китая и директор Государственного управления по охране труда, был уволен за «серьезные нарушения дисциплины и закона».

В определенной степени китайское государство допускает и даже активно поощряет онлайн-обсуждение общественных вопросов. Китайские государственные служащие используют онлайн-обсуждение как средство получения обратной связи по поводу политики и целей правительства, а также для мониторинга и контроля действий местных чиновников. Китайское государство активно создает и продвигает общественные дискуссионные форумы, на которых оно приглашает граждан оставлять отзывы и вносить предложения по политике. Тот, кто не следит пристально за китайской интернет-сценой, может быть очень удивлен, узнав о некоторых комментариях, которые разрешено публиковать и которые затрагивают широкий спектр тем, вклю-

чая коррупцию на местах, окружающую среду или финансовую политику.

В то же время государство создает структуры, которые служат «подушкой безопасности», чтобы контролировать содержание дискуссий и при необходимости направлять их в русло, поддерживающее цели и политику авторитарных правителей. Китай создал обширную систему слежки и манипулирования в интернете.

Большинство социальных сетей предназначены для других целей, а не для политических дискуссий. Однако на практике многие пользователи используют цифровые технологии для обмена новостями, публикации политических сообщений и комментариев по вопросам, имеющим отношение к государственной политике. Хотя большинство ученых, скорее всего, согласятся с тем, что внимание к новостям не является участием как таковым, политические дискуссии или разговоры занимают своего рода «серую» зону [4].

Общественное мнение в Китае претерпело изменения в связи с пандемией COVID-19 и эскалацией геополитической напряженности. Существующие исследования касательно формирования общественного мнения китайцев в сложных ситуациях показывают, что влияние государственной пропаганды на общественное мнение в Китае неоднозначно. Анализируя данные онлайн-опроса, проведенного на начальном этапе пандемии COVID-19 в начале 2020 г., исследователи пришли к выводу, что китайская общественность положительно реагировала на пропаганду, продвигавшую лидерство Си Цзиньпина, когда эти сообщения включали текст и изображения, на которых Си Цзиньпин проявлял сочувствие во время своего визита в Ухань. Однако, когда текстовая пропаганда фокусировалась на знакомых сюжетах, таких как лидерство Си Цзиньпина, международное восхваление опыта Китая в борьбе с вирусом, усилия Китая по отправке медицинской помощи в другие страны и похвала медицинским работникам, это было в значительной степени неэффективно в изменении политических взглядов. Эти результаты свидетельствуют о том, что визуальные компоненты, вызывающие эмоциональный отклик солидарности, могут повысить благосклонность правительства в общественном мнении. В то же время пропагандистские нарративы, которые не затрагивают важные вопросы о национальном кризисе, в том числе о его масштабах и причинах, как правило, неэффективны в плане убеждения общественности [5].

Понимание того, как онлайн-пропаганда формирует общественное мнение, особенно с учетом растущей популярности социальных сетей как источников новостей, а также возможностей социальных сетей для таргетинга, повторения и формирования аудитории, имеет решающее значение для понимания того, как влияние и манипулирование проявляются в современной политике. Однако это непростая за-

дача из-за сложности выделения какого-либо конкретного аккаунта или публикации в качестве фактора, формирующего мнение.

Мы наблюдаем долгосрочное формирование аудитории с помощью таргетированной рекламы, которая изначально была направлена на продвижение контента, ориентированного на общие позитивные культурные истории. В начале 2020 г. эта деятельность стала включать в себя продвижение статей, связанных с COVID-19. Контент, связанный с COVID-19, эволюционировал, перейдя от общих позитивных сюжетов к искаженному представлению событий и распространению теорий заговора. Анализ англоязычных государственных СМИ в Китае по состоянию на 2020 г. демонстрирует использование трех повторяющихся паттернов поведения: значительная часть освещения сосредоточена на позитивных историях, нарративы корректируются задним числом, а для распространения сообщений используется реклама [6].

Итак, изучение общественного мнения в контексте современного развития медиа на примере Китая является особенно актуальным по причине уникальности соотношения уровня цивилизационного развития и довольно жесткого информационного контроля со стороны государственной власти КПК. Анализ китайского опыта позволяет ученым глубже проанализировать общественное мнение как социальный, политический и культурный феномен, учитывая, что данное понятие находится на стыке различных наук. Китай демонстрирует, как составляющие общественного мнения в консервативно-коллективистском контексте формируют как положительные, так и проблемные аспекты в социальных процессах.

Общественное мнение в Китае может быть довольно разнообразным из-за огромного разнообразия мнений, взглядов и идей среди населения этой страны. Тем не менее, есть определенные темы, на которые многие китайцы могут сходиться в своих взглядах, такие как поддержка действий правительства в экономике, национальной безопасности и рост роли Китая на мировой арене.

В то же время есть также критика правительства и его политики, особенно в отношении прав человека, свободы слова и политических прав китайских граждан. Некоторые китайцы могут выражать недовольство неравенством, коррупцией и другими социальными проблемами в стране.

Общественное мнение может также сильно зависеть от того, как информация представлена в государственных СМИ и других источниках информа-

ции, контролируемых правительством. Но в целом, общественное мнение в Китае может быть осложнено тем, что многие люди могут столкнуться с цензурой, ограничениями свободы слова и другими препятствиями для свободного выражения своих идей.

Влияние китайского государства на общественное мнение китайцев является значительным и часто негативно влияет на свободу слова и выражения мнения. В Китае действует жесткий контроль над СМИ, интернетом и социальными сетями, что приводит к цензуре и ограничению доступа к определенной информации для граждан.

Китайское государство также активно использует пропаганду и манипуляции информацией для формирования определенного общественного мнения и поддержки своих политических целей. В частности, оно часто поддерживает националистические настроения среди населения, чтобы укрепить свою власть и легитимность. Однако в последние годы наблюдается рост самосознания и активизация общественного мнения в Китае, что вызывает опасения у властей и приводит к усилению репрессий и контроля со стороны государства. Несмотря на это, китайцы все больше проявляют интерес к политическим и социальным вопросам и стремятся к большей свободе выражения своего мнения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лаврова А. В. Особенности исследований формирования общественного мнения и влияния СМИ в современной информационно-коммуникативной среде / А. В. Лаврова // А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). — 2018. — № 3. — С. 1-9.
2. Davison W. P. Public opinion / W. P. Davison // Britannica. — URL: <https://www.britannica.com/topic/public-opinion> (дата обращения 20.02.25).
3. Зубарев Д. Ю. Общественное мнение: дискуссии о дефиниции / Д. Ю. Зубарев // Армия и общество. — 2014. — № 3 (40). — С. 75-80.
4. Stockmann D., Luo T. Which Social Media Facilitate Online Public Opinion in China? / D. Stockmann, T. Luo // Problems of Post-Communism. — 2017. — № 64 (3-4). — P. 189-202.
5. Chen D. How Propaganda Affects Public Opinion in China: Evidence from the First Phase of the COVID-19 Pandemic / D. Chen // Asian Studies Review. — 2023. — P. 1-20.
6. McGinty M., Gyenes N. Pandemics & propaganda: How Chinese state media creates and propagates CCP coronavirus narratives / M. McGinty, N. Gyenes. — URL: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/pandemics-propaganda-how-chinese-state-media-creates-and-propagates-ccp-coronavirus-narratives/> (дата обращения 20.02.25).