

## СУЧАСНА МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА КИТАЮ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЇЇ ВИРОБЛЕННЯМ І РЕАЛІЗАЦІЄЮ

### CHINA'S MODERN INTERNATIONAL INFORMATION POLICY AND INSTITUTIONAL MECHANISMS OF STATE MANAGEMENT OF ITS PRODUCTION AND IMPLEMENTATION

Міжнародна інформаційна політика Китаю в першій чверті ХХІ ст. так і не набула чітко визначеного вектору й коливається в спектрі від традиційної для сучасних демократичних країн політики «м'якої сили» до жорсткої політики експансії китайських національних інтересів. З одного боку, політичне керівництво КНР розвиває формат своєї міжнародної інформаційної політики в рамках сучасних демократичних трендів, з особливим акцентом на ролі публічної дипломатії, з іншого – інформаційний контент цієї політики чітко вказує на специфічну позицію Китаю щодо активного, подекуди агресивного, просування власних національних інтересів на міжнародній арені.

Незважаючи на численні незадовільні показники за останнє десятиліття, очевидно, що Китай продовжуватиме посилювати публічну дипломатію. Цілком ймовірно, що Китай приділятиме більше уваги дизайну вищого рівня під час прийняття рішення щодо узгодженої стратегії та системного механізму публічної дипломатії, який обслуговуватиме такі стратегічні питання, як «китайська мрія» та ініціатива «Один пояс, один шлях» тощо, і заохочуватиме більше соціальних акторів залучатися до публічної дипломатії.

Актуальність дослідження майже чверть-столітнього унікального досвіду радикального переформатування міжнародної інформаційної політики Китаю має непересічне значення для сучасної України, яка, на жаль, багато в чому ще програв в інформаційній війні проти російського агресора.

Мета дослідження, результати якого представлено в цій статті, полягала в тому, щоб висвітлити базові засади та механізми державного управління у сфері міжнародної інформаційної політики і публічної дипломатії Китаю в сучасних умовах та оцінити можливості застосування цього досвіду для України.

**Ключові слова:** державне управління, міжнародна інформаційна політика, міжнародна

інформація, телекомунікація, цифрова трансформація.

China's international information policy in the first quarter of the 21st century has never acquired a clearly defined vector and ranges from the «soft power» policy traditional for modern democratic countries to the hard policy of expansion of Chinese national interests. On the one hand, the political leadership of the PRC is developing the format of its international information policy within the framework of modern democratic trends, with a special emphasis on the role of public diplomacy, on the other hand, the information content of this policy clearly indicates China's specific position regarding the active, sometimes aggressive, promotion of its own national interests on the international stage.

Despite many disappointing performances over the past decade, it is clear that China will continue to strengthen its public diplomacy. It is likely that China will pay more attention to the top-level design when deciding on a coherent strategy and a systemic public diplomacy mechanism that will serve strategic issues such as the Chinese Dream and the Belt and Road Initiative, etc., and encourage more social actors to be involved to public diplomacy.

The relevance of the study of almost a quarter of a century of unique experience of radical reformatting of China's international information policy is of unparalleled importance for modern Ukraine, which, unfortunately, is still losing in many ways in the information war against the Russian aggressor.

The purpose of the study, the results of which are presented in this article, was to highlight the basic principles and mechanisms of state support for China's international information policy and public diplomacy in modern conditions and to assess the possibilities of applying this experience to Ukraine.

**Key words:** public administration, international information policy, international information, telecommunications, digital transformation.

УДК 35.327

DOI <https://doi.org/10.32782/rma2663-5240-2024.41.10>

Любченко А.В.

к. наук з держ. упр., адвокат

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** На початку ХХІ ст. Китай остаточно перетворився з країни «третього світу» на активного учасника економічних, політичних і безпекових процесів не тільки на регіональному, але і на глобальному рівнях.

Вже у 2010 році валовий внутрішній продукт Китаю випередив Японію, зробивши Китай другою за величиною економікою світу [1].

Зростання національного впливу Китаю все більше пригортає увагу до китайського керівництва, посилюючи таким чином його «м'яку силу». Однак у порівнянні зі зростанням його

«жорсткої сили», «м'яка сила» Китаю відстає від розвинутих країн. Вірогідно, їй ще бракує досвіду в глобальній політиці та обізнаності з встановленими правилами міжнародної інституційної структури, і їй ще належить ефективно перетворити свій надлишок інформаційних ресурсів, таких як історична спадщина, культурні норми та соціальні цінності, у потужний міжнародний вплив. Розглядаючи це питання, багато китайських вчених [1 – 5 та ін.] висловлюють сильне почуття жалю. Вірогідно тому, під впливом всесвітнього акценту на публічній дипломатії, зокрема американських кампаній

публічної дипломатії після «11 вересня», спрямованих на мусульманський світ, все більше китайських вчених і урядовців [6] почали закликати до поживлення міжнародної інформаційної політики та публічної дипломатії Китаю.

Актуальність дослідження майже чверть-столітнього унікального досвіду радикального переформатування міжнародної інформаційної політики Китаю має непересічне значення для сучасної України, яка, на жаль, багато в чому ще програє в інформаційній війні проти російського агресора.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Природно, що у переважній більшості дослідженнями китайської міжнародної політики та публічної дипломатії займаються китайські [1 – 5; 7 – 14 та ін.] і американські [15 – 20 та ін.] науковці.

Але й дослідники в Україні не обійшли ці теми своєю увагою [21 – 26 та ін.]. Серед подібних досліджень на теренах України особливої уваги заслуговує дисертація Хуан Цинь на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук «Інформаційна політика Китайської Народної Республіки в сучасних міжнародних відносинах» [26], захищена у 2007 р. Ця дисертаційна робота присвячена політологічному аналізу державної інформаційної політики Китаю; визначенню ідеологічної складової міжнародного співробітництва Китаю у сфері інформації і комунікації в рамках регіональних міжурядових організацій та з'ясуванню чинників інформаційного розвитку китайського суспільства у міжнародних відносинах.

На жаль, з того часу якихось більш-менш ґрунтовних досліджень цієї тематики у вітчизняній науковій літературі ми не знаходимо.

**Формування цілей статті (постановка завдання).** Мета дослідження, результати якого представлено в цій статті, полягала в тому, щоб висвітлити базові засади та механізми державного управління у сфері міжнародної інформаційної політики і публічної дипломатії Китаю в сучасних умовах та оцінити можливості застосування цього досвіду для України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для китайської науки «публічна дипломатія» (公共政策) є терміном, імпортованим із західного лексикону. Традиційно китайці вживають два терміни, що стосуються західної концепції інформаційної політики і публічної дипломатії.

Перший, «зовнішня пропаганда» (對外宣傳) стосується підвищення глобальної обізнаності про китайські досягнення та створення нового іміджу Китаю для закордонної аудиторії [8].

Також, на думку китайських авторів [7; 9; 16] зовнішня пропаганда по суті не контролюється дипломатичними установами, а підпадає під управління з боку більш комплексної державної системи. Оскільки, зовнішня пропаганда переважно поширює свій вплив через засоби масової інформації (ЗМІ), які, звичайно, у Китаї перебувають під певним впливом уряду, але не є цілком залежними від нього.

Інший термін, пов'язаний з публічною дипломатією, – це «народна дипломатія», або «дипломатія між людьми» (公共外交), яка підкреслює важливість звичайних людей у закордонних справах (外交事務). На відміну від загального західного контексту, де «міжнародні справи» мають ширший обсяг, ніж «дипломатія», китайські конотації зовнішніх справ і «дипломатії» (外交) не зовсім відрізняються одне від одного. Закордонні справи на практиці розглядаються суто як дипломатія [13].

Коротко характеризуючи сучасні тренди міжнародної інформаційної політики Китаю, серед них доцільно виділити три домінуючі напрями:

1. «М'який підйом» (軟上升) – пропонує використовувати міжнародну інформаційну політику з метою розвитку конкурентоспроможності Китаю в рамках західної концепції «м'якої сили». Однак, закликає до конкуренції китайської ідеології з західними політичними ідеями [14].

2. «Національний образ» (國家形象) – стверджує, що головна мета міжнародної інформаційної політики Китаю – просування позитивного національного іміджу країни за кордоном. Активна участь Китаю в міжнародному співтоваристві зробила його ще активнішим у оприлюдненні своїх прогресивних новин і формуванні кращого національного іміджу, зокрема, через взаємодію між людьми, організаційну комунікацію, медіа-комунікацію тощо [18].

3. «Національний інтерес» (國家利益) – вважає, що міжнародна інформаційна політика не є вирішенням складних проблем, які включають відносні суперечки інтересів між націями, і що врешті-решт її слід визнати лише національною дипломатичною стратегією та інструментом зовнішньої політики. Тому, зокрема, не варто вкладати занадто багато ресурсів у реалізацію публічної дипломатії. Єдина мета китайської міжнародної інформаційної політики, таким чином, полягає в захисті національних інтересів і політичної влади – виправданні діяльності Комуністичної Партії Китаю (КПК) та легітимізації національної моделі розвитку [10].

Порівняно зі Великою Британією чи Сполученими Штатами, Китаю явно потрібна

стійка та ефективна стратегія міжнародної інформаційної політики й публічної дипломатії, і він повинен повною мірою використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для реалізації цієї стратегії.

У китайській політичній системі всі закордонні справи очолює насамперед Політбюро ЦК КПК. Хоча в Китаї багато політичних діячів залучені до міжнародних відносин, справжні гравці міжнародної інформаційної політики виходять із вузького кола партійної номенклатури. До неї входять члени Політбюро ЦК КПК та деякі інші члени ЦК, а також керівники відповідних відділів, усі вони складають Комітет у закордонних справах Національного комітету Народної політичної консультативної ради Китаю (領導小組, або SLG) [27], відповідальний за зовнішні справи Китаю.

Народна політична консультативна нарада Китаю (中國人民政治協商會議) є патріотичною організацією єдиного фронту китайського народу, яка є ключовим механізмом багато-партійної співпраці та політичних консультацій під керівництвом КПК. Це єдиний національний політичний консультативний орган Китаю, важливий канал консультативної демократії, ключовий компонент національної системи управління та інституція, утворена з урахуванням китайських особливостей. Національний комітет Народної політичної консультативної ради Китаю (中國人民政治協商會議全國委員會) складається з представників КПК та інших політичних партій, а також народних організацій, груп етнічних меншин, видатних осіб без партійної приналежності, співвітчизників із Гонконгу [28].

Централізоване управління SLG зазвичай досягається шляхом створення команди лідерів або системою комітетів. Таким чином, лише члени SLG та їхні публічні виступи можуть розглядатися як офіційні повідомлення міжнародної інформаційної політики. Разом з тим, відбувається постійний процес спілкування та координації між членами Політбюро ЦК КПК, державними радниками і міністрами, відповідальними за закордонні справи, а також різними офіційними, напівофіційними та неурядовими організаціями, пов'язаними з міжнародною інформаційною політикою. В діяльності SLG, слід враховувати такі обставини:

По-перше, заяви вищих лідерів є найважливішим показником міжнародної інформаційної політики Китаю. Під керівництвом Генерального секретаря SLG складається з членів Політбюро ЦК КПК та представників основних міністерств (включаючи віцепрем'єра та державного радника, відповідаль-

ного за закордонні справи, а також керівників міністерств (закордонних справ, національної оборони, громадської безпеки, національної безпеки та торгівлі), державних офісів (таких як Управління у справах Гонконгу та Макао, Управління у справах закордонних китайців та Управління інформації уряду) і департаментів (Центральний відділ реклами та Міжнародне управління ЦК КПК), а також високопоставлених генералів Управління Генерального штабу Китайської народно-визвольної армії.

SLG має на меті координувати, спілкуватися, вирішувати, призначати та контролювати зовнішню політику між Постійним комітетом Центрального Політбюро та іншими агентствами та відомствами, пов'язаними із зовнішніми справами. Коротше кажучи, SLG із закордонних справ має значний вплив на дипломатичну стратегію Політбюро ЦК КПК та часто керує процесом прийняття рішень щодо зовнішньополітичних стратегій Китаю.

По-друге, поведінка відомств, відповідальних за закордонні справи, є ще одним показником стратегії міжнародної інформаційної політики Китаю. На відміну від політичних систем в інших країнах, закордонні справи Китаю не покладені лише на МЗС, а розподіляються між вищезазначеними міністерствами, департаментами та відомствами. На ці агенції покладено різні обов'язки у сфері міжнародної інформації та публічної дипломатії під керівництвом КПК, і вони разом працюють над виконанням дипломатичних стратегій, сформульованих вищими керівниками.

Хоча багато державних установ у Китаї мають відділи закордонних справ, вони повинні суворо дотримуватися офіційного дипломатичного кредо. Таким чином, майже всі так звані «міжлюдські дипломатичні дії» в Китаї, навіть ті, що спонсоруються неурядовими організаціями, не слід розглядати як публічну дипломатію, а як особливу форму традиційного міжурядового чи урядового зв'язку, тобто, як «напівофіційну дипломатію».

Тим не менше, Міністерство закордонних справ Китаю у 2003 р. створило спеціальний Відділ масової (публічної) дипломатії (大眾外交系), Інформаційного департаменту МЗС який відповідав за питання, пов'язані з Інтернетом і координацію публічної дипломатії зі ЗМІ та масовою цільовою аудиторією в країні. В 2009 р. цей відділ було підвищено до статусу Управління преси, комунікацій та публічної дипломатії [29]. Його обов'язки включають проведення великих заходів публічної дипломатії, таких як дні відкритих дверей; інформування вітчизняної преси про зовнішню політику Китаю та офіційну позицію щодо актуальних



міжнародних питань; координація діяльності публічної дипломатії між МЗС, підпорядкованими йому департаментами та відповідними комісіями й відділами інших міністерств; створення публічного інформаційного сайту; адміністрування форуму зовнішньої дипломатії; координація та інструктаж зусиль публічної дипломатії всіх посольств і консульств КНР в іноземних країнах і регіонах тощо.

Крім того, в 2010 р. МЗС створило Консультативний комітет з публічної дипломатії (公共外交諮詢委員會). До складу якого входять колишні посадовці МЗС, колишні послы та авторитетні науковці. Він головним чином відповідає за надання консультацій для МЗС щодо реалізації заходів міжнародної інформаційної політики та публічної дипломатії а також бере участь у плануванні, реалізації та оцінці цих заходів. Відтоді МЗС просуває низку інновацій у сфері міжнародної інформаційної політики, наприклад, проведення брифінгів із запитаннями та відповідями для ЗМІ перед відвідуванням китайських лідерів зарубіжних країн або міжнародних конференцій, а також створення форуму для спілкування між урядом і громадськістю, бізнес-сектором та академічними колами. МЗС також займається публічною дипломатією в Інтернеті, створює та вдосконалює веб-сайти більш ніж 20 мовами. [30].

Міністерство освіти, Міністерство Культури, Міністерство торгівлі Китаю також беруть активну участь у суміжних сферах міжнародних культурних, освітніх та бізнесових обмінів.

Наприклад, низка масштабних заходів культурної дипломатії, таких як Рік культури Китаю та Франції, Рік культури Китаю та Росії та Рік культури та спорту Китаю та Японії, привернули значну увагу та участь з боку китайського та іноземних урядів, а також людей з усіх верств суспільства, таким чином розширюючи міжнародне знайомство з китайською культурою.

В останні роки Міністерство освіти Китаю вважало освітню дипломатію основою загальної стратегії національної дипломатії та активно здійснювало програми обміну студентами й науковцями в рамках гуманітарного обміну (人道交流). Таким чином, освітня дипломатія вважається дипломатичним інструментом із найсильнішим «політичним імунітетом», оскільки вона може відігравати позитивну роль у підтримці стабільності та безперервності зовнішніх відносин навіть у випадках, коли між країнами виникають негаразди.

Свого роду «китайською реплікою» славнозвісної Британської Ради (British Council) виступає Інститут Конфуція (孔子學院), створений у 2002 р. [31]. Інтернаціоналізація китай-

ської мовної освіти та популяризація китайської культури стали невід'ємними підходами до дипломатії Китаю. В останні роки попит на вивчення китайської мови постійно зростає в усіх країнах, як і попит на інститути Конфуція. Уряд Китаю всіляко заохочує створення інститутів Конфуція в усіх куточках світу, таким чином використовуючи Інститут Конфуція як освітній бренд для просування китайської культури. Станом на початок 2024 року було створено 475 інститутів Конфуція та 851 клас у 126 країнах, а також інститути Конфуція онлайн та інститути Радіо Конфуція. Зараз приблизно 40 мільйонів студентів вивчають китайську мову за кордоном [31].

Таким чином, вивчення китайської мови привернуло увагу до проєкції привабливості Китаю за кордоном. Однак представники програми, відповідальні за Інститут Конфуція, стверджують, що вони не мають дипломатичного мандату, і що вони зосереджені виключно на мовній підготовці за кордоном [31].

Китайська народна асоціація дружби з іноземними країнами (中國人民對外友好協會) [32], заснована ще в 1954 р., є однією з головних зовнішньополітичних організацій КНР. Організація керує відносинами з містами-побратимами різних міст Китаю. Її заявленою метою є сприяння дружбі та взаєморозумінню між китайським народом й іноземними державами та для впливу на формування позитивного іміджу Китаю в світі.

Під егідою Асоціації також діє Китайський фонд дружби за мир і розвиток (中國友善和平發展基金會), який налагоджує партнерські відносини з відомими некомерційними організаціями та організаціями приватного сектору. Він є першим національним громадським фондом у галузі закордонних справ. Він був заснований Китайською народною асоціацією дружби із зарубіжними країнами та виконує функцію органу з нагляду за бізнесом. Основними функціями Фонду є [33]:

- організація та фінансування дружніх обмінів між китайцями та іноземцями;
- діяльність та заходи щодо підтримання миру у всьому світі;
- підтримка розвитку китайських та зарубіжних неурядових обмінів та співробітництва;
- проведення навчання для розвитку талантів для публічної дипломатії та модернізації;
- сприяння міжнародному співробітництву та наданню консультаційних послуг;
- забезпечення фінансування установ, публікацій, конференцій та заходів, що займаються дослідженнями в галузі публічної дипломатії;

– вшанування та винагороджування організацій й приватних осіб, які зробили видатний внесок у реалізацію цілей Фонду.

Щоб оптимізувати міжнародне середовище громадської думки, Китай почав впроваджувати політику щодо радіо та телебачення. Проект «виходу на глобальний рівень», який розпочався у 2002 році, активно сприяв використанню радіо-, телевізійних і культурних підприємств і продуктів для поширення свого повідомлення.

З 2003 року Центральне телебачення Китаю (中國中央電視臺) запустило канали новин російською, арабською та португальською мовами, поряд із існуючими англійською, іспанською, французькою. Зараз існує 10 міжнародних каналів загалом 7 мовами, які транслюють мовлення у більш як 140 країн світу [34].

Китайська кіноіндустрія також активно виступає на міжнародній арені. Представлена на міжнародних радіо- та кінофестивалях, вона проводить великі зарубіжні культурні радіо- і телевізійні комунікації та літературно-мистецькі виступи.

Наприклад, корпорація China Film Group (中国电影集团公司) – найбільша та найвпливовіша державна кінокомпанія в Китаї – бере активну участь у щорічному Шанхайському міжнародному кінофестивалі, одному з найбільших кінофестивалів в Азії, і китайські фільми неухильно завойовують популярність на міжнародній арені [35].

Китайські газети також беруть активну участь у просуванні китайської інформаційної політики за кордоном, People's Daily, China Daily і Global Times є одними з найвпливовіших. The Global Times, дочірня компанія People's Daily, особливо зросла в останні роки, і її вважають представником «китайського націоналізму». З 2009 року Global Times запустила англійське видання та створила англійськомовний веб-сайт. Після China Daily вона стала другою всеохопною англійськомовною газетою, що видається в Китаї. Надзвичайні звіти Global Times привернули широку увагу міжнародних і китайських ЗМІ, і їх часто цитують провідні світові агентства, включаючи Associated Press, Reuters, AFP і Kyodo News Agency [36].

Китай також підкреслив важливість управління мережевою інформацією. Урядові департаменти створили веб-сайти, і ЗМІ заохочують наслідувати їх приклад. Більший акцент робиться на мобільних телефонах, блогах, мікроблогах, соціальних мережах та інших нових медіа-засобах. Політика SLG також зосереджена на покращенні управління Інтернетом. Зокрема, Державне інформаційне управління створило Бюро з розвитку

Інтернет-культури (網路文化發展局), яке керує розширенням сфери управління онлайн-форумами, блогами та мікроблогами, а також традиційними веб-сайтами [37].

Розвідувальні і спеціальні безпекові служби Китаю, на відміну від українських спецслужб, жодним чином не виступають провідниками міжнародної інформаційної політики КНР. Натомість, вони є ефективними збирачами, аналітиками і постачальниками міжнародної інформації для потреб КПК і уряду Китаю.

Міністерство державної безпеки Китаю (中國國家安全部) стало головною цивільною розвідувальною службою КНР, і всі офіційні та неофіційні розвідувальні структури в країні діють під його керівництвом, за винятком Китайської народно-визвольної армії (中國人民解放軍), яка зберегла власну службу військової розвідки, яка є безпосередньо під наглядом КПК, а не під прямим контролем уряду. Два найвпливовіші департаменти, якими керує китайська військова розвідка: (Департамент міжнародних зв'язків Головного політичного департаменту Народно-визвольної армії та Фронт об'єднаних дій, який є органом, безпосередньо пов'язаним із наглядом КПК).

Міністерство державної безпеки Китаю (國家安全部) здійснює всі свої розвідувальні операції на основі бізнес-підрозділів своїх агентів, відомих як «ділові мережі Danwei». Сполучені Штати Америки звинувачують Китай у використанні своїх медіа-офісів за кордоном для розвідувальної діяльності, включаючи китайські урядові та напівдержавні органи, академії, університети, компанії та навіть різні ЗМІ. Сполучені Штати Америки також звинувачували те, що відоме як Управління національної оборони з питань науки, технологій і промисловості Китаю (або скорочено Sustained), яке схоже на роботу Американського агентства передових оборонних дослідницьких проєктів (DARPA). Також почастишали звинувачення американців на адресу Китайського інформаційного агентства Сінхуа, що воно діє як прикриття для китайських розвідників і агентів по всьому світу [38].

#### **Висновки:**

1. Міжнародна інформаційна політика Китаю в першій чверті XXI ст. так і не набула чітко визначеного вектору й коливається в спектрі від традиційної для сучасних демократичних країн політики «м'якої сили» до жорсткої політики експансії китайських національних інтересів. З одного боку, політичне керівництво КНР розвиває формат своєї міжнародної інформаційної політики в рамках сучасних демократичних трендів, з особливим акцентом на ролі публічної дипломатії, з іншого – інфор-

маційний контент цієї політики чітко вказує на специфічну позицію Китаю щодо активного, подекуди агресивного, просування власних національних інтересів на міжнародній арені.

2. Незважаючи на численні незадовільні показники за останнє десятиліття, очевидно, що Китай продовжуватиме посилювати публічну дипломатію. Цілком ймовірно, що Китай приділятиме більше уваги дизайну вищого рівня під час прийняття рішення щодо узгодженої стратегії та системного механізму публічної дипломатії, який обслуговуватиме такі стратегічні питання, як «Китайська мрія» та ініціатива «Один пояс, один шлях» тощо, і заохочуватиме більше соціальних акторів залучатися до публічної дипломатії.

2. Провідну роль у формуванні міжнародної інформаційної політики в КНР надалі відіграє Комуністична партія Китаю, яка, в особі невеликої групи політичних лідерів вищого рангу, не лише визначає зміст і форму, а по суті, здійснює централізоване державне управління міжнародною інформаційною політикою Китаю. Разом з тим, на рівні уряду, в Китаї створено чимало управлінських структур, які відповідають за конкретні напрями реалізації міжнародної інформаційної політики.

3. До активної участі у реалізації міжнародної інформаційної політики і публічної дипломатії КПК також беруть підконтрольні їй громадські, наукові, освітні, культурні організації та ЗМІ.

4. Сучасний досвід формування системи державного управління в сфері міжнародної інформаційної політики Китаю корисний для України, насамперед, з погляду ефективного застосування механізмів централізації у виробленні та координації у реалізації такої політики.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Mark Beeson, Fujian Li, Charmed or Alarmed? Reading China's Regional Relations. *Journal of Contemporary China*, 2012. Vol. 21, No. 73, p. 35–52.
2. Yiwei Wang. Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 2008, Vol. 616, p. 259.
3. Zhang Jing. Public Diplomacy and Moulding of Chinese National Image. *News World*, 2013, No. 8, p. 322–23.
4. Wang Yiwei. How to Deal With the Paradox of China's Public Diplomacy? *Northeast Asia Forum*, 2014, No. 3, p. 42–50.
5. Zhong Xin. The Two Innovations of China's Public Diplomacy Formulation, *Foreign Communication*, No. 5 (2014), p. 40–41.
6. Ministry of Foreign Affairs of PRC. Congratulation Letter to the Second Public Diplomacy Forum of China and Korea, 12 June, 2014, URL.: [http://www.fmprc.gov.cn/mfa\\_chn/zyxw\\_602251/t1164983.shtml](http://www.fmprc.gov.cn/mfa_chn/zyxw_602251/t1164983.shtml).

7. Wang, Jian. *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication*. New York: Palgrave Macmillan. 2011. 208 p.

8. Zhao, Kejin. The Motivation Behind China's Public Diplomacy. *The Chinese Journal of International Politics*, 2015, p. 1–30.

9. Wei, Cao. The Efficiency of China's Public Diplomacy. *The Chinese Journal of International Politics*, 2016, p. 399-434. doi:10.1093/cjip/pow012.

10. Yang, Yifan. "Corporate Public Diplomacy and Global Communication of China's "Belt and Road" Initiative. *Pacific Focus*, 2018. No. 33(3). p. 497-523. doi:10.1111/pafo.12130.

11. Sun, Wanning. Configuring the foreign correspondent: New questions about China's public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 2019, No. 11. p. 125–138. doi:10.1057/pb.2014.20.

12. Zhao, Kejin. The China Model of Public Diplomacy and its Future. *The Hague Journal of Diplomacy*, 2019. No. 14. p. 169-181. doi:10.1163/1871191X-14101033.

13. Voon, Jan P, and Xinpeng, Xu. Impact of the Belt and Road Initiative on China's soft power: preliminary evidence. *Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics*. 2020, No. 27(1). p. 120-131. doi: 10.1080/16081625.2020.1686841.

14. Lagerkvist, J. Internet ideotainment in China: national responses to cultural globalization. *Journal of Contemporary China*, 2008, vol. 17, No. 54. p. 121–40.

15. D'hooghe, Ingrid. Into High Gear: China's Public Diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 2008, No. 3. p. 37-61. doi:10.1163/187119008X284524.

16. Thomas J. Christensen. The Advantages of an Assertive China. *Foreign Affairs*, 2011, Vol. 90, No. 2. p. 59–62.

17. Scott, David. China's Public Diplomacy Rhetoric, 1990–2012: Pragmatic Image-Crafting. *Diplomacy and Statecraft*, 2015. No. 26(2). p. 249–265. doi: 10.1080/09592296.2015.1034563.

18. Hartig, Falk. How China Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests. *International Studies Review*. 2016, Vol. 18, No. 4. p. 655-680.

19. Bandurski, D. China's guerrilla war for the web. *Far Eastern Economic Review*, 2018, vol. 171, No. 6, p. 41–44.

20. Кучмій О.П. Стратегія інформаційної безпеки в структурі внутрішньої й зовнішньої політики КНР. *Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 102 (Частина I)*, 2011. с. 158–171.

21. Піпченко Н.О. Здійснення політичної комунікації в Китаї засобами мережі Інтернет. *Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 111 (Частина I)*, 2012. с. 93–97.

22. Копійка, Марія. «Гостра сила» в стратегії інформаційної безпеки Китаю. *Міжнародні відносини суспільні комунікації та регіональні студії. Суспільні комунікації. 1 (7)*, 2020. с. 68–79.

23. Венідітков С. В. Медіасистема Китаю: внутрішній контроль та зовнішня автономія. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтва. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 3(2), 2020. с. 229–236.

24. Венидиктов С. В. Медійний простір Китаю: від національної консолідації – до «м'якої сили». *Обрії друкарства*, 1 (8), 2020. с. 32–39.

25. Хуан Цинь. Інформаційна політика Китайської Народної Республіки в сучасних міжнародних відносинах. Дис. канд. політ. наук. Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ, 2007. URL.: <http://www.disslib.org/informatsiy-na-polityka-kytajskeyi-narodnoyi-respubliky-v-suchasnykh-mizhnarodnykh.html>.

26. Leading Small Group. URL.: [https://en.wikipedia.org/wiki/Leading\\_Small\\_Group](https://en.wikipedia.org/wiki/Leading_Small_Group).

27. Chinese People's Political Consultative Conference. URL.: <http://en.cppcc.gov.cn/aboutus.html>.

28. The Department of Press, Communication and Public Diplomacy. URL.: [https://www.fmprc.gov.cn/eng/wjb\\_663304/zzjg\\_663340/xws\\_665282](https://www.fmprc.gov.cn/eng/wjb_663304/zzjg_663340/xws_665282).

29. International Press Center. URL.: <http://ipc.fmprc.gov.cn/eng>.

30. Confucius Institute. URL.: <https://confucius-institute.gr/en>.

31. Chinese People's Association for Friendship with Foreign Countries. URL.: [https://en.wikipedia.org/wiki/Chinese\\_People%27s\\_Association\\_for\\_Friendship\\_with\\_Foreign\\_Countries](https://en.wikipedia.org/wiki/Chinese_People%27s_Association_for_Friendship_with_Foreign_Countries).

32. China Friendship and Peace Development Foundation. URL.: [https://baike-baidu-hk.translate.google.com/item/中國友好和平發展基金會/4845766?\\_x\\_tr\\_sl=zh-TW&\\_x\\_tr\\_tl=ru&\\_x\\_tr\\_hl=ru&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://baike-baidu-hk.translate.google.com/item/中國友好和平發展基金會/4845766?_x_tr_sl=zh-TW&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc).

33. CCTV.Com. URL.: <https://english.cctv.com>.

34. China Film Group. URL.: <https://en.unifrance.org/directories/company/97514/china-film-group>.

35. China Global Times. URL.: <https://www.globaltimes.cn>.

36. Hu, Jintao. Strengthen the construction and management of network culture with the spirit of innovation/ URL.: [https://www.gov.cn.translate.google.com/test/2007-10/10/content\\_773145.htm?\\_x\\_tr\\_sl=zh-CN&\\_x\\_tr\\_tl=ru&\\_x\\_tr\\_hl=ru&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://www.gov.cn.translate.google.com/test/2007-10/10/content_773145.htm?_x_tr_sl=zh-CN&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc).

37. Ministry of State Security (China). URL.: [https://en.wikipedia.org/wiki/Ministry\\_of\\_State\\_Security\\_\(China\)#:~:text=%27State%20Security%20Ministry%27%3B%20IPA,Chinese%20Communist%20Party%20\(CCP\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Ministry_of_State_Security_(China)#:~:text=%27State%20Security%20Ministry%27%3B%20IPA,Chinese%20Communist%20Party%20(CCP)).

38. Helmy, Nadia. How the Chinese civilian and military intelligence agencies confronting CIA and the Pentagon. URL.: <https://moderndiplomacy.eu/2024/03/03/how-the-chinese-civilian-and-military-intelligence-agencies-confronting-cia-and-the-pentagon>.