

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Філософський факультет
Кафедра політичних наук

**ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У МІЖДЕРЖАВНИХ
КОНФЛІКТАХ**

(НА ПРИКЛАДІ ВІДНОСИН США ТА КИТАЮ)

Кваліфікаційна робота
зі спеціальності 052 - Політологія
Освітній рівень «магістр»

Студентки
II курсу
денної форми навчання
спеціальності «Політологія»
Штепи-Пекур Карини Валентинівни

Науковий керівник -
доктор політичних наук, доцент
Петренко Ігор Ігорович

Допущено до захисту:

Завідувач кафедри _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. РОЛЬ СУЧАСНИХ МЕДІА У МІЖДЕРЖАВНИХ КОНФЛІКТАХ.....	5
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ДВОСТОРОННІХ ВІДНОСИН США ТА КИТАЮ.....	26
РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА ВІДОБРАЖЕННЯ У ЗМІ ПОЛІТИЧНОГО ПРОТИСТОЯННЯ МІЖ США ТА КИТАЄМ.....	46
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69

ВСТУП

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що засоби масової інформації є основною зброєю в ведення інформаційних воєн як всередині країни, так і за її межами. За допомогою засобів масової інформації можна маніпулювати громадською думкою, впливати на важливі стратегічні рішення у зміні геополітичних меж впливу без використання реальної зброї. Сьогодні не так важливо мати велику армію чи велику територію, достатньо лише володіти низкою потужних засобів масової інформації. Міждержавне протистояння може відбуватися у торговій, економічній, політичній та військовій сферах.

Питання ролі ЗМК в умовах міжнародних конфліктів є дуже актуальним і потребує глибокого осмислення, оскільки медіаресурси можуть суттєво впливати не тільки на сам конфлікт, а й на постконфліктне існування держав.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є комплексний аналіз особливостей використання ЗМІ у міждержавних конфліктах на прикладі відносин США та Китаю.

Мета передбачає розв'язання таких **завдань**:

- визначити роль сучасних медіа у міждержавних конфліктах;
- виявити особливості політики двосторонніх відносин США та Китаю;
- проаналізувати специфіку відображення у ЗМІ політичного протистояння між США та Китаєм.

Об'єктом дослідження є ЗМІ як інструмент інформаційної війни між державами.

Предметом дослідження є особливості використання ЗМІ у міждержавних конфліктах на прикладі політичного протистояння США та Китаю.

Методами дослідження є історичний (використовувався задля спостереження тенденцій, що присутні в політичній комунікації, щодо

використання та розповсюдження соціальних медіа та дослідженні історії виникнення медіа) , аналітико-прогностичний (використовувався в прогнозуванні дослідників майбутнього ЗМІ і його ролі в міждержавних конфліктах) ,структурно-функціональний (використовувався для становлення структури та функції нових медіа як каналу передачі інформації), компаративний (використовувався для порівняння різних прикладів ефективною політичною комунікації), метод експертних оцінок (як найближчий прогноз використання соціальних методів у політичних комунікаціях). Із спеціальних методів в дослідженні використовувався метод івент-аналізу (для аналізу динаміки ситуацій, пов'язаних із ЗМІ).

Структуру роботи складають вступ, три розділи, висновки та список використаних джерел. Загальний обсяг магістерської роботи роботи складає 78 сторінок комп'ютерного тексту.

РОЗДІЛ 1.

РОЛЬ СУЧАСНИХ МЕДІА У МІЖДЕРЖАВНИХ КОНФЛІКТАХ

Засоби масової інформації (ЗМІ) активно впливають на формування громадської думки, сприяють прийняттю конкретних рішень в заданих політичних ситуаціях, відіграють значну роль у формуванні свідомості громадян. Саме процеси демократизації суспільства поряд зі стрімким науково-технічним прогресом, розвитком інформації сприяють тому, що засобам комунікації приписують роль «четвертої гілки влади» [3, с. 138]. І це не випадково, адже в умовах сучасного розвитку глобального інформаційно-комунікаційного простору засоби масової інформації (ЗМІ) виступають активним чинником світових трансформацій.

Управління соціальними процесами, які нерідко виступають основними факторами етнічної напруги, неможливо уявити без використання комунікаційних технологій, які поступово мають усі шанси стати новітніми альтернативними механізмами попередження та врегулювання конфліктів.

Поняття комунікації є надзвичайно широким, існує багато його визначень залежно від галузі науки та досліджуваних функцій. У більш загальному значенні комунікація – це процес передачі інформації із використанням технічних засобів на чисельно великі, розосереджені аудиторії [1, ст. 25]. Саме в межах дослідження функцій та впливів комунікації вкрай важливо виробити нові або вдосконалити існуючі комунікативні механізми, спрямовані на забезпечення довготривалого етнічного балансу конфліктонестабільних регіонів.

Одним із найсуттєвіших механізмів реалізації комунікаційних процесів є засоби масової інформації. У сучасному суспільно-політичному просторі ЗМІ відповідають за інформаційне забезпечення, інформування громадськості про найбільш значущі процеси і явища, про позицію й дії

влади, спрямовані на вирішення проблем; виступають гарантом демократизації світу [1, с. 38].

В умовах постіндустріального суспільства вони здатні чинити колосальний вплив на розвиток, перебіг, протікання конфліктної ситуації, можуть виступати як джерелом напруги, так і засобом врегулювання залежно від характеру та методів подачі інформації в ЗМК.

Ми живемо у світі медіа-систем, що швидко розвиваються, у світі "інформаційного вибуху" (як визначив канадський соціолог М. Маклюен), головними характеристиками цього світу є хаотичність, безмежність і надмірність. У зв'язку з цим соціальні зв'язки стають ускладненими і моделі постсучасної ідентичності, змушують ще раз звернутися до "розуміння медіа", його ролі в суспільстві, та його передісторії.

Загалом, поняттям «масова комунікація» (МК), називають зв'язок, повідомлення, спілкування, передача інформації, що розрахована на масову аудиторію. Найчастіше за допомогою поняття "масова комунікація" описують процес виробництва та доведення повідомлень до аудиторії різноманітними засобами. Одне з найбільш поширених визначень належать М. Яновіцу: "Масова комунікація охоплює інститути і техніку, за допомогою яких спеціалізовані групи використовують технологічні засоби (пресу, радіо, кіно тощо) для поширення символічного змісту на великі, гетерогенні та надзвичайно розсіяні аудиторії".

Під час активного розвитку конфлікту та після його закінчення засоби масової інформації відіграють важливу роль у формуванні думки аудиторії про саме явище та його наслідки. Засоби масової інформації багатьма способами сприяють розвитку конфлікту, ЗМІ маніпулюючи поглядами аудиторії та просуваючи певні ідеали, спричиняють реакцію аудиторії, що в свою чергу впливає на хід конфліктної ситуації. Звідси вивчення ролі засобів масової інформації під час конфліктів стає актуальним та все більш важливим.

Конфлікти є основною сферою діяльності сучасних засобів масової інформації. Більшість повідомлень у ЗМІ ґрунтуються на суперечках, проблемах чи будь-яких негараздах. ЗМІ, що висвітлюють проблему, мають можливість не лише передати факт, а й вплинути на сприйняття аудиторії, сформувавши певну думку про подію та викликати позитивні чи негативні емоції.

На думку С. Некляева, активна прихильність ЗМІ до будь-яких течій, партій, лідерів та фінансових груп особливо яскраво проявляється в часи екстремальних подій та збройних конфліктів. «Починається масова атака на громадську думку, застосовуються складні механізми впливу - від простих контраргументів до багатоступеневого спростування, що базується на аналізі фактів та статистики, оцінці подій через думки людей, авторитетних експертів.

ЗМІ використовують впливових та контрвпливових агентів, намагаючись блокувати та нейтралізувати інформацію, яка проходить через альтернативні канали, з метою лобювання інтересів групи, до якої вони належать або якій вони симпатизують»[2, с. 3].

Медіа мають можливість послабити або, навпаки, посилити певні емоції та почуття. Г. Ібраєва вважає, що професійне управління репортажами в прямому ефірі може призвести будинків людей війну з обмеженими, стерильними уявленнями про вбивства та страждання.

На початку 1990-х термін «інформаційна війна» почав застосовуватися для позначення можливості впливу на суспільство певним способом подання новин та інформації для формування справжньої думки. Концепція була визначена таким чином: «Використання та управління інформацією, щоб стати конкурентоспроможними переваги перед ворогом під час конфлікту.» Цей термін використовувався Міністерством оборони США, а згодом набував дедалі більшого поширення.

"Ця концепція була вперше закріплена в Директиві міністерства оборони США DOD S 3600.1 (21 грудня 1992 р.), Де вона використовувалася

у вузькому розумінні і вважалася різновидом радіо-електронної війни. Потім у звіті американської корпорації "Rand" MR-661- OSD "Стратегічна інформаційна війна. Нове обличчя війни" (1996 р.) Термін "стратегічна інформаційна війна (інформаційне протистояння)" вперше з'явився, маючи на увазі війну з використанням глобального інформаційного простору та інфраструктури країни для ведення стратегічних військових операцій та посилення впливу на власні інформаційні ресурси" [4, ст. 2].

Саме поняття "інформаційна війна" існувало та використовується давно. Ця війна намагалася вплинути на перебіг конфлікту за допомогою інформації та засобів масової інформації ще під час Першої світової війни.

Д. Волкогонов зазначає, що під час Першої світової війни при штабі армії були створені відповідні дивізії та підрозділи, які організували «війну слів» - агітацію ворога.

Найактивнішою у війні слів була Англія, яка використовувала друковані листівки. Більше мільйона таких паперів було розкидано з повітряних куль над місцем розташування ворога. Британський уряд створив спеціальні органи преси публікації інших країн у британських версіях війни. Я був видання журналу "Війна в ілюстраціях", інформативний бюлетені, знімали військові фільми про ситуацію на фронтах.

"Згідно з наказом французького командування, листівки розподіляли серед населення та ворожого війська. Протягом однієї години дії служби пропаганди французької армії в Першій світовій війні військові скинули близько 30 мільйонів примірників листівок, газет та брошур на територію німецьких міст. Наприкінці війни Антанта зробила перші кроки для координації своїх пропагандистських зусиль: був створений спеціальний штаб для деморалізації ворожих військ. Росія брала участь у цій пропагандистській війні участь у меншій мірі, оскільки вона не мала достатньої технічної підтримки. Однак психологічна війна, яку вели союзники зіграли роль у розгромі кайзерівської Німеччини та її союзників.

Німеччина також намагалася вести пропагандистську війну проти Франко-російської коаліції, яка широко використовувала методи залякування, обману та дезінформації. Так, листівки, розкидані з німецьких дирижаблів на Східному фронті в 1915 році, зазначали що Англо-французькі війська на заході зазнали поразки і чекала та ж доля Російських солдат, тому російським солдатам пропонувалося організовано здатися, щоб уникнути "непотрібного кровопролиття" у неволі»[40, с. 25].

Перша світова війна була першою війною, в якій активно використовувались засоби для деморалізації ворожих військ та населення. Вперше були використані спеціальні підрозділи пропаганди, почала створюватися техніка розповсюдження друкованої агітації, виникли органи "війни слів".

Поняття "інформаційна війна" поєднує в собі два типи інформаційної війни - інформаційно-технічний та інформаційно-психологічний.

Н. Гурін у праці «Інформаційне протистояння - одне з основних напрямів сучасної політики міжнародних відносин» аналізує методи інформаційної війни, що використовуються під час міжнародних конфліктів:

«Події в Перській затоці в січні 1991 року, Югославії в 1999 році, а також перша і друга чеченські кампанії» трохи змінили уявлення про війни сучасного інформаційного суспільства.

Війну в Перській затоці можна визначити як першу масштабну кампанію нового етапу військових операцій з точки зору створення глобального інформаційного простору. На думку З. Бжезінського, цей конфлікт продемонстрував образу "американського світу" (Pax Americana), який чітко дав зрозуміти, що світ повинен прийняти "м'яку" американську гегемонію. Під час військових операцій США ступінь їх відкритості визначався не закріпленими принципами, а умовами, якими вони користуються "м'яка військова цензура".

«Буря в пустелі» не є винятком. За допомогою «м'якої цензури» американські військові фактично вилучили з інформаційної сфери

повідомлення, що виправдовують протилежну сторону. Крім того, "Буря в пустелі" була першою війною трансльованою в прямий ефір.

Однак, російські військові змогли надати ефективну інформаційну підтримку лише в другій чеченській кампанії.

Під час агресії на Югославію інформаційні операції змогли забезпечити необхідний результат - сприяти фактичній капітуляції сербських збройних сил.

США серйозно готувались до сучасного інформаційного протистояння. Про це свідчить той факт, що американські військово-політичні кола провели велику роботу в цьому напрямку, яка розпочалася 21 грудня 1992 р., коли Директива Міністерства оборони США Т 3600.1 назвала це «Інформаційною війною». Директива Комітету керівників штабів № 30 від 1993 р. Та Статут Збройних сил США FM 100-6 ("Інформаційні операції") (1995 р.) вже встановили основні принципи ведення.

У доктрині інформаційних операцій США виділяють чотири основні категорії використання інформації проти інтелекту людини:

- всупереч волі нації;
- проти командування противника;
- проти ворожих військ;
- проти національних культур.

ЗМІ можуть відігравати не лише негативну роль у міжнародних конфліктах та формувати агресивне ставлення до опонента конфлікту. ЗМІ можуть використовувати певні методи, які усувають конфлікт і допомагають вирішити його без матеріальних і людських втрат. інформаційної війни "[6].

О. Порфимович стверджує, що ЗМІ повинні знаходити спільні цінності між опозиційними партіями, об'єктивно висвітлювати події та звертатися до незалежних експертів, не вступаючи безпосередньо в конфлікт. ЗМІ повинні ретельно вивчати процес, висвітлювати події та наголошуючи на сподівання на краще [53, ст. 3].

Ендрю Пудефатт з організації «Article XIX» зазначає, що засоби масової інформації повинні в першу чергу інформувати громадськість, оскільки, якщо вони наближаються до однієї зі сторін, навіть до її жертв, можуть виникнути сумніви щодо ефективності та збалансованості їх роботи. Завдання ЗМІ - не співчувати будь-якій із сторін, а пояснювати ситуацію. Об'єктивна інформація для суспільства повинна бути з різних точок зору, а також матеріали з різних джерел. Таким чином, законодавство, що гарантує свободу вираження поглядів, є запорукою успішного впровадження стратегії, спрямованої на забезпечення структурної стабільності.

Однак ліберальні засоби масової інформації відразу після вирішення конфлікту в суспільстві без фундаментальних громадянських інститутів навряд чи будуть ефективними без чіткої національної позиції. Це може лише посилити поділ нестабільного суспільства. За словами Пудефатта, існуючі державні ЗМІ, можливо, доведеться негайно перетворити на державну службу після врегулювання конфлікту, що має забезпечити громадянам збалансоване висвітлення подій.

Ілва Блондел з Упсальського університету вважає, що зовсім не важливо, чи повинні ЗМК боротися за мир. Набагато важливіше розуміти, що добре організована робота місцевих ЗМІ відіграє ключову роль у примиренні та забезпеченні необхідного розвитку ситуації після врегулювання конфлікту. Він зазначає, що засоби масової інформації зіграли важливу роль у загостренні конфліктів, вказуючи на їх величезний потенціал, який можна використовувати для досягнення конструктивних і мирних цілей. [56, ст. 5]

Під час конфлікту ЮНЕСКО особлива увага приділяється незалежним ЗМІ. Ендрю Пудефатт з Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури Медіа: запобігання конфліктам та управління конфліктами наголошує, що засоби масової інформації забезпечують безпечне поле бою, де можуть відбуватися нерушні конфлікти. Ось чому незалежні ЗМІ є важливим елементом побудови демократичного суспільства. Основними

функціями незалежних ЗМІ є надання інформації, моніторинг дій уряду та нагляд за владою.

"У суспільствах, які подолали кризу, незалежні ЗМІ можуть зробити вагомий внесок у перетворення руйнівного конфлікту на мирні дебати. ЗМІ можуть аналізувати інтереси, на яких базується кожна зі сторін конфлікту. Це може допомогти врегулювати конфлікт, шукати спільного інтересів або, принаймні, надання інформації. Даючи можливість меншинам або сторонам, що постраждали, висловлювати свої думки, засоби масової інформації можуть допомогти бути почутими тими, хто є слабкою та депресивною стороною конфлікту"[8, ст. 6].

Офіційні заяви високоповажні особи дають не тільки за трибуною, або через прес-службу, а й виклавши пост у Twitter, Facebook чи Instagram.

Явище, коли політичні діячі використовують сучасні інструменти на кшталт твіттеру і в такий спосіб інформують про події у режимі реального часу, а також миттєво реагують на те, що відбувається у світі, отримало назву «твіттер-дипломатії», та стало електронною формою публічної дипломатії.

Президент США Барак Обама завів аккаунт в Twitter в 2007, що і дало поштовх для розвитку цифрового дипломатії в соціальній мережі Twitter.

Наразі цей аккаунт налічує понад 100 мільйонів читачів. Справжній прорив в твітдипломатії зробив Дональд Трамп після того, як в січні 2017 вступив на посаду президента США. Часом недипломатичні публікації Дональда Трампа бентежать уряди багатьох країн, так, наприклад, щодо лідера Північної Кореї Кім Чен Ина Дональд Трамп вжив вислів «маленька скеля» («little rocket man») [5, ст. 6]. Президент США використовує свій особистий аккаунт для політичних заяв частіше, ніж офіційний акаунт. Особливістю його постів є перехід на особистісне ставлення, звернення до конкретних політиків, а не до урядів держав.

Сьогодні Youtube вважають найбільшим відеосервісом, слоганом якого звучить, як „Поширюй себе” (“broadcast yourself”), що вказує на його соціальну зорієнтованість. Дехто Youtube називає „сховищем відео матеріалів людства”. Бо все, що приносять користувачі на сайт – це відео, яке вони знімають самостійно. Це не тільки спосіб поділитися своїм відео публічно, ще це спосіб заобляння грошей, а саме головне – це величезний онлайн носій інформації, до якого мають доступ усі – хто має інтернет. І останній фактор робить цей ресурс над потужним, оскільки на Youtube можна дивитися не тільки кліпи та смішні відео про тварин, а й у повторі переглядати випуски новин, заяви і виступи цікавих особистостей та політичних діячів, підписуватися на різноманітні канали, блоги, тощо.

Отже маючи такий вибір медіа ресурсів ми - споживачі, дійсно стаємо настільки поінформованими у тому, що відбувається у світі, чи це лише ілюзія, яку створюють для споживачів контенту?

Важко переоцінити ту роль, яку відіграє інформація в розвитку сучасного суспільства. Можна без перебільшення сказати, що сучасне суспільство — інформаційне. Цей розквіт настав у ХХ ст. Інформація дає можливість людству активно працювати з природою, допомагає інтегрувати людські зусилля у різних видах діяльності. Тепер інформація стала основним ресурсом людства, базою соціального і технічного розвитку.

На сьогодні інформаційні проблеми є одними з найпопулярніших у науці. Після появи теорії інформації посилення на неї можна побачити в працях вчених різних спеціальностей.

Слід зазначити, що інформація є глобальною проблемою сучасності, оскільки від неї залежить успішний розвиток суспільства. Крім того, взаємодія інформації різних груп людства - найважливіша форма соціальної взаємодії. Інформаційний фактор спричинив багато революційних змін за останні роки. Зараз весь світ задіяний в єдиній інформаційній системі, і крім того, вона фактично працює в режимі реального часу. Інформація для людства - це не лише умова, фактор певних подій, змін, а й стимул до дій.

Дезінформація та інформаційний хаос викликають відчуття незахищеності та безпорадності. Рівень задоволення потреби в інформації також відіграє важливу роль у добробуті суспільства. У нездоровому суспільстві зазвичай виникає так званий інформаційний голод.

Немає сумнівів, що інформація, якою обмінюються члени суспільства, обов'язково пов'язана з відображенням реальності. Н. Вінер також розумів інформацію як ярлик змісту, отриманого із зовнішнього світу під час адаптації людини.

Загалом інформація відіграє дедалі важливішу роль у людському суспільстві. Деякі вчені вважають, що обсяг і значення інформації - це продукт, який можна порівняти з усіма іншими продуктами нашої цивілізації. Рішення тієї чи іншої проблеми залежить від її запасів та впорядкованості.

Однак існує проблема з використанням інформації. Людина не може охопити ту частину потоку, яка щодня проходить через різні інформаційні канали. Ця проблема може бути вирішена лише організацією інформації, їх класифікацією та спеціалізацією, внутрішнім відбором та самовідбором.

Засвоєння поданої у масмедіа інформації, змінює напрям розвитку думки людини, її знань та мислення. Саме тому дуже часто ЗМІ використовують як зброю у конфліктах. Мова йде не тільки про політичні та економічні протистояння в країні, а це переходить на міжнародний – міждержавний рівень.

Засоби масової комунікації мають активний вплив на формування громадської думки. ЗМІ сприяють прийняттю конкретних рішень в політичних ситуаціях, відіграють значну роль у формуванні свідомості громадян. Саме процеси демократизації суспільства поряд зі стрімким науково-технічним прогресом, розвитком інформації сприяють тому, що засобам комунікації приписують роль «четвертої гілки влади» [6]. І це не випадково, адже в умовах сучасного розвитку глобального інформаційно-

комунікаційного простору засоби масової інформації (ЗМІ) виступають активним чинником світових трансформацій.

У сучасному суспільно-політичному просторі ЗМК відповідають за інформаційне забезпечення, інформування громадськості про найбільш значущі процеси і явища, про позицію й дії влади, спрямовані на вирішення проблем, виступають гарантом демократизації світу [7, ст. 55].

Якщо взяти до уваги регіони, де переважно держави із тоталітарними та авторитарними режимами, де мас-медіа не можуть вільно і об'єктивно висвітлювати існуючу ситуацію, а покликані лише відображати інтереси правлячих еліт, то саме в таких регіонах конфлікти переважно характеризуються тривалим протіканням та складністю вирішення. Оскільки інформація, яку передають ЗМІ, зазвичай суттєво відрізняється від поданої в межах регіону та поза його межами, це суттєво ускладнює ситуацію із перелаштуванням думок соціуму.

У країнах зі слабкою демократією роль медіа як рушійної сили соціальних трансформацій менш значуща через контроль держави щодо інтернету. Ми можемо говорити про цензуру і заборону вільного інформаційного простору в Китаї та РФ.

У таких умовах поряд із протистоянням етнічного фактору відбувається протистояння і комунікаційного аспекту, оскільки інформація, яку передають ЗМІ, зазвичай суттєво відрізняється від поданої в межах регіону та поза його межами. Крім того, протистояння відбувається на рівні самих медіа, за допомогою яких влада намагається впливати як на громадян, так і на перебіг ситуації. Звісно, що такі механізми лише ускладнюють і загострюють конфлікт. У країнах зі слабкою демократією роль медіа як рушійної сили соціальних трансформацій менш значуща. Американський дослідник комунікаційних процесів В. Вівер зауважує, що виконання основних функцій медіа (інформування, тлумачення) у різних країнах залежить швидше від політичного режиму, ніж від культурних, організаційних чи особистісних чинників [5, с. 14].

Існує низка застережень щодо ролі медіа як стабілізуючого чинника етнічних та політичних протистоянь у процесі інформаційного обміну. Фактором визначення впливу ЗМІ є те, що вони можуть змінити сталі уявлення суспільства про події, особливо коли передається нова візуальна інформація або коли інформація постійно повторюється протягом тривалого періоду часу. Найдраматичніший приклад – зміна американської громадської думки про війну у В'єтнамі в 1965–1969 рр. Війна у В'єтнамі була не тільки першою війною, програною США, цей конфлікт був ще й чи не першою телевізійною війною [5, с. 17].

Надзвичайно важливим у такій ситуації є ґрунтовний аналіз висвітлюваної інформації і врахування наслідків, до яких ця інформація може призвести. Адже зміна сталих упереджень громадян може бути використана із стабілізуючою метою, і саме ЗМІ тут виступають головним інструментом. Проте існує застереження, що засоби масової інформації в умовах міждержавної, міжетнічної нестабільності можуть робити тільки ті новини, які їхні організації будуть друкувати або передавати [7, с. 57].

Через приховане або й відкрите протистояння конкретних політичних діячів з використанням медіа все активніше піддається критиці думка, що медіа мають на увазі саме те, що транслюють, тобто інформація, передана ЗМІ, не завжди відображає той стан речей, який є насправді, оскільки в межах ЗМІ відбувається боротьба між політичними, військовими та іншими суб'єктами протистояння за інформаційну гегемонію. У таких випадках справа незалежних медіа показати не лише події щодо перебігу конфлікту, а й висвітлити усю множинність сценаріїв та інтересів, що перетинаються у конкретному протистоянні [8, ст. 6].

Іншим аспектом неоднозначності ролі ЗМІ у вирішенні міжетнічних суперечок є той факт, що соціальні маси різних країн, регіонів, регіонів можуть по-різному сприймати інформацію, що надається ЗМІ. Очевидна поява діаметрально протилежного трактування тієї самої інформації двома конфліктуючими сторонами. Наприклад, під час "холодної війни" (1945-1990

рр.) Радянський Союз та західні держави розглядали один одного на основі власних забобонів. Ізраїльтяни та палестинці, тутсі та хуту, серби та хорвати, католики та протестанти в Північній Ірландії вважали, що їх тисне інша сторона [5 с. 4].

Саме схоже викривлення інформації, переданої засобами зв'язку, і є основною закономірністю під час конфліктних взаємодій. В етнічно різноманітному суспільстві ЗМІ часто підкреслюють чи наголошують на відмінностях між етнічними групами і сприяють формуванню протиріч між ними, що ще більше порушує однорідність населення [10, с. 87].

Непоодинокими є приклади, коли ЗМІ під час висвітлення етнополітичних сутичок сприяли розпалу шовінізму, сепаратизму та ксенофобії. Саме через ЗМІ розповсюджуються масові етнічні і расові упередження та установки. У результаті в суспільстві посилюється ксенофобія і зростає міжетнічна напруга [2, с. 43].

За допомогою ЗМІ в суспільстві розповсюджуються сконструйовані ідеологами етнічні образи, ідеї, ідеали, міфи, цінності, що мають нерідко емоційно-нормативне забарвлення, що особливо пробуджує в людей такі почуття, як етнічне достоїнство, гордість, образа, страхи. Сучасні ЗМІ є не просто інформатором, а значним полем, де «конкурують» представники різних груп ідеологів, політиків, бізнесу, культури тощо, залучаючи на свою сторону аудиторію. В результаті за допомогою ЗМІ в масовій свідомості не тільки акцентується увага на питаннях, пов'язаних з етнічністю, але і формуються задані ідеологами уявлення в цій сфері [2, с. 44].

Тому надзвичайно важливими заходами при міжетнічних та загалом конфліктних взаємодіях є особливий контроль незалежних структур над засобами поширення інформації з метою забезпечення належної її об'єктивності. Безумовно, інформація, про етнополітичні заворушення чи гарячі точки є найбільш актуальною в інформаційних репортажах. Працівники ЗМК повинні чітко розуміти, що «спосіб зображення конфлікту в медіа чинить вплив на перебіг самого конфлікту» [9, с. 29].

Перш за все така інформація повинна бути достовірною та об'єктивною. Основою достовірності є аналіз щонайбільшої кількості джерел з даної проблематики. Об'єктивність інформації полягає у висвітлюванні позицій, думок обох ворогуючих сторін, а також в повному обмеженні передавання суб'єктивного ставлення засобів медіа до висвітлюваної події. Проте деякі найбільш впливові організації, які транслюють новини, подекуди свідомо роблять мінімальний аналіз переданої інформації з метою уникнути критики впливових урядів, що може наразити на небезпеку їх стратегічні інтереси [7, с. 38].

Цілком природно, що конфліктні ситуації, як і самі гарячі точки, визначають роль мас-медіа, а також його поведінку і позицію. В одному випадку, наприклад, публіцист перебуває в епіцентрі подій і висвітлює їх як репортер, тобто передає лише те, що бачив і чув сам. В іншому випадку він виступає як аналітик. Тут часто зустрічається ситуація, коли кореспондент вільно чи невільно бачиться як ангажований однією із сторін конфлікту. Може бути і так, що , описуючи конфлікт, перебуває далеко від нього і користується чужими джерелами, свідченнями, чутками. Медіа не включені в ситуацію, недостатньо знає її, не може охопити і проаналізувати багато обставин конфлікту, врахувати різні точки зору на події, що відбуваються, слабо знає їх передісторію і деталі [2, с. 17].

У США пішли дещо далі щодо пріоритетів діяльності ЗМІ при передачі інформації про конфліктонебезпечні події. Тут пропонується доповнювати традиційний репортаж «двома «позитивними» пунктами – «можливе вирішення» та «точки дотику» [10 с. 108].

Мова йде про те, що на основі аналізу подій важливо інформувати громадськість про необхідність та можливі шляхи вирішення конфлікту. Також пропонується акцентувати увагу на дотичних проблемах, провокованих даною конфліктною ситуацією, яка допомагає оцінити реальні масштаби небезпеки даного явища. У такому випадку пропонується медіа, які працюють у конфліктних точках, проводити спеціальні навчання. Тобто

працівники ЗМІ даної галузі повинні бути політологами. Проте такий підхід є досить суперечливим. Переважно світовій громадськості поряд з міжнародними організаціями нелегко дійти консенсусу щодо вирішення конкретного протистояння, а окремо взята новина тим паче може лише заплутати чи ускладнити перебіг подій. Тому такий підхід вимагає ще досить детального доопрацювання. Якщо в США об'єктивність – це «справедливе висвітлення позиції кожної сторони політичного конфлікту», то в Німеччині та Швеції на основі досліджень Паттерсона [1, с. 228] мас-медіа вважають, що погляди сторін важливіші за новини про події, а основне із завдань ЗМІ – «показати факти суперечки, а не заяви сторін».

На думку російського політолога І. Панаріна, звичайні повідомлення в ЗМІ про поточні події переважно залишаються нейтральними, не забарвленими ставленням тієї чи іншої сторони. Для формування громадської думки важливим є коментар, даний інформаційному повідомленню [4, с. 19].

Тому у коментарях слід не підтримувати чи критикувати одну зі сторін конфлікту, що сприяє посиленню ворожого ставлення незацікавленої сторони, а закликати до конструктивного діалогу чи дій, які допомогли б у стабілізації стосунків. Якщо преса висвітлює напружені стосунки сторін в конфлікті як ворожі, то можна не сумніватися – такими ці стосунки стануть вважати самі опоненти. А отже, сторони поводитимуть себе вороже, застосовуватимуть силові методи вирішення конфліктів, що є цілком природнім для ворогуючих сторін [2, с. 19].

ЗМК не повинні нав'язувати своє бачення вирішення проблеми, але зобов'язані забезпечити діалог, водночас позначаючи власну позицію, проявляючи при цьому терпимість до інших поглядів і не претендуючи на роль арбітра, ставлячи понад усе забезпечення конструктивної взаємодії різних сил [6, с. 16].

У засобах масової інформації репортери переконані, що щодо етнополітичних конфліктів медіа повинні сприяти не лише розрядженню конфлікту, а й співіснуванню і співпраці між етнічними групами [10, с. 134].

Історія останніх десятиліть показує, що акцентуалізація ЗМК на етнічності може створювати гострі проблеми в суспільстві, посилюючи чи пом'якшуючи соціальну і національну напругу. ЗМІ не просто сприяють «етнізації» громадського простору, але дійсно можуть зробити цей простір толерантним чи конфліктним [2, с. 25].

Засоби комунікації можуть чинити активний вплив на перебіг подій залежно від переданої ними інформації. Важливо пам'ятати, що поняття «свобода слова» і «свобода висловлення своїх думок» вимагають від журналістів і певної громадської відповідальності і професійного самоконтролю [2, с. 44].

Існує думка, що в майбутньому ЗМІ стануть найбільш ефективним механізмом врегулювання конфліктів і що вони навіть зможуть запобігати війнам [10 с. 3].

Отже, важливо зрозуміти, як саме повинні працювати ЗМІ, яку і як передавати інформацію, щоб вона могла бути лише однозначно сприйнята ворогуючими сторонами і сприяла регулюванню конфліктної ситуації, а не її загостренню. Необхідним є пропагування та заклики до миротворчих дій зі сторони медіа, заборона пропаганди всіх форм нетерпимості, зокрема на етнічному ґрунті. У процесах активної світової демократизації, яка сприяє вільному розвитку ЗМК, а державна цензура не покликана перешкоджати об'єктивному висвітленню фактів, медіа повинні виконувати конструктивну роль щодо врегулювання етнічних, міжетнічних, етнополітичних та інших, як внутрідержавних, так і міждержавних протистоянь.

Американський дослідник комунікаційних процесів В.Вівер зауважує, що виконання основних функцій медіа -інформування, у різних країнах залежить більше від політичного режиму, ніж від культурних, організаційних чи особистісних чинників [8, с. 10].

Існують застереження щодо ролі медіа, як стабілізуючого чинника у політичних протистояннях у процесі інформаційного обміну. Головний фактор визначення впливу ЗМІ полягає у тому, чи можуть вони змінити сталі уявлення суспільства про події, особливо коли передається нова візуальна інформація або коли інформація постійно повторюється протягом тривалого періоду часу. Найдраматичніший приклад – зміна американської громадської думки про війну у В'єтнамі в 1965–1969 рр. Війна у В'єтнамі була не тільки першою війною, програною США, цей конфлікт був ще й чи не першою телевізійною війною [9, с. 7].

Надзвичайно важливим у такій ситуації є ґрунтовний аналіз висвітлюваної інформації і врахування наслідків, до яких ця інформація може призвести. Адже зміна сталих упереджень громадян може бути використана із стабілізуючою метою, і саме ЗМІ стають головним інструментом.

У побут увійшов стійкий вираз «Ефект CNN» - різке зростання впливу ЗМІ, охоплення широкої аудиторії під час кризових ситуацій в країні або світі. Не в останню чергу цей феномен пояснюється і ефектом присутності, які створюють прямі репортажі з місця подій. Не виходячи з дому, глядач може опинитися в епіцентрі подій.

Роль цілодобових новин на міжнародному рівні досягла нової стадії, коли в 1991 році США провели проти Іраку операції "Буря в пустелі", яка висвітлювалася в прямому ефірі, ставши першою важливою подією подібного роду і змінила сприйняття і подачу новин [13, с. 44].

Про вплив новин на суспільну свідомість, у тому числі на політичних лідерів, писав відомий філософ постмодерну Жан Бодрійяр у своєму нарисі "У Затоці не було війни", де він висловив думку, що маси дізналися про конфлікт на Близькому Сході переважно з телевізійних екранів, їхнє сприйняття війни не обов'язково відповідало точно тому, що відбувалося в Іраці на той час. І це, безумовно, питання передачі об'єктивної інформації [11, с. 239].

Пізніше основний фокус "ефекту CNN" змістився на прийняття рішень лідерами держав про проведення гуманітарних інтервенцій з огляду на те, що по телебаченню транслювалися детальні і неодноразові репортажі про вчинення у різних країнах злочинів проти людяності [11, с. 258].

Про вплив медіа на прийняття зовнішньополітичних рішень можна говорити, спираючись на висловлювання таких американських державних діячів, як Річард Холбрук і Ентоні Лейк, які визнавали заслуги ЗМІ у висвітленні, зокрема, ситуації на території колишньої Югославії в 1990-і роки і підвищенню обговорення цих подій і стурбованості з приводу їх розвитку, що в свою чергу змушувало політиків приймати відповідні рішення [13, с. 44].

Крім того, пізніше паралельно з ефектом CNN стали говорити про так званий ефект "Аль-Джазіри", названому так на увазі схожого впливу арабського телеканалу. Термін включає в себе вплив не скільки телебачення, скільки нових медіа та соціальних мереж, часто використовуваних цим каналом для висвітлення подій [14, с. 38].

Термін «інформаційна війна» згадувався у 1985 р. У Китаї. Теоретичні підходи китайських фахівців у галузі протистояння інформації базуються на поглядах давньокитайської військової особистості Сунь Цзи, який першим узагальнив досвід інформаційного впливу на ворога. В трактаті «Мистецтво війни» Сунь-Цзи писав: «У будь-якій війні, як правило, найкраща політика зводиться до захоплення держави в цілому... Здобути сотні перемог у бою – це не межа мистецтва. Підкорити супротивника без бою – ось це вінець мистецтва» [15, с. 29].

У 21-му столітті - в епоху розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, саме ЗМІ стають тією невидимою «зброєю», яка дуже влучно та непомітно для більшості влучає точно в ціль. Цією ціллю стають не тільки окремі люди, політичні діячі, лідери думок, а й держави та міжнародні організації загалом. Інформаційна війна – це протистояння, в якому засоби масової інформації відіграють ключову роль.

У книзі Д. М. Прокоф'єва "Інформаційна війна та інформаційна злочинність" міститься таке визначення: інформаційна війна - це дія, яка починається з метою досягнення інформаційної переваги шляхом пошкодження інформації, процесів, заснованих на інформації та інформаційних системах ворога, захищаючи власну інформацію, інформаційні процеси та інформаційні системи. Основними методами інформаційної війни є блокування або спотворення інформаційних потоків та процеси прийняття рішень противником [16 с. 3].

«У веденні стратегічних інформаційних війн застосовується специфічна зброя. Ця зброя хоч і не завдає фізичної шкоди, але все ж може призвести до справжньої війни. За визначенням першого заступника директора Федерального агентства урядового зв'язку та інформації Росії В.Маркоменка, інформаційна війна – це комплекс заходів і операцій, що проводяться в конфліктних ситуаціях, в яких інформація є водночас зброєю, ресурсом і метою» [17 с. 5].

Мета інформаційної війни – послабити моральні і матеріальні сили супротивника або конкурента та зміцнити власні. Вона передбачає пропагандистський вплив на свідомість людини в ідеологічній та емоційній сферах. Очевидно, що інформаційна війна – складова частина ідеологічної боротьби.

Тема інформаційного впливу на суспільство, інформаційної зброї та формування ідеологічних особистостей не є новою, адже чимало дослідників розкрили основні механізми інформаційних впливів. Проте суспільство змінюється, технології розвиваються і постійно удосконалюються, і завдяки цьому з'являється безліч нових і неврахованих аспектів у веденні інформаційного протистояння.

Інформаційний вплив - це поширення певних ідей, поглядів чи ідеологій, це засіб певної політики, а головним інструментом впливу є засоби масової інформації. Інформаційний вплив або пропаганда визначаються як цілеспрямовані, систематичні спроби сформувавши сприйняття, маніпулювати

свідомістю та спрямовувати поведінку суспільства в певному напрямку. [19, с. 4].

Першою науковою школою, що спеціалізувалася на дослідженні проблеми інформаційного впливу, стала американська школа вивчення ЗМІ, що передусім базувала теорію досліджень на матеріалах Першої світової війни.

ЗМІ є невід'ємним інструментом ведення політичного протистояння. Саме тому, війна, яка висвітлюється у ЗМІ та використовує масмедіа з метою пропаганди, дезінформації тощо, одразу перетікає в інформаційну війну. Тобто це протистояння країн у всіх його проявах.

Під час ведення війн ЗМІ стають ідеальним рушієм. Частково це пов'язано з тим, що суспільство зсередини може мати набагато більший вплив на правлячі кола держави ніж сили ззовні.

Якщо ЗМІ висвітлюють напружені стосунки сторін в конфлікті як ворожі, то можна не сумніватися – такими ці стосунки стануть вважати самі опоненти. А отже, сторони поводитимуть себе вороже, застосовуватимуть силові методи вирішення конфліктів, що є цілком природним для ворогуючих сторін [21, ст. 92].

Французький дослідник другої половини ХХ ст. Ж. Доменак виділив правила які застосовують під час ведення інформаційної кампанії. Ці правила можна адаптувати під інструменти, які використовують ЗМІ у веденні міждержавних конфліктах. Першим інструментом слід виділити - спрощення. Це орієнтації матеріалу на найменш досвідченого члена суспільства. Виклад інформації відбувається за допомогою апелювання до емоцій, багатозначності підтексту, наявності напівтонів. Другим та найбільш поширеним інструментом є перебільшення та перекручення інформації. Цей процес включає гіперболізацію певних фактів, акцентування на подіях, не обов'язково значущих, але таких, що працюють на ідею. Також перекручення або допис матеріалу. Як визначив Й. Геббельс, «важливо не те, про що пишуть в газетах, важливо те, про що в них не пишуть». Це називається -

замовчуванням, і саме воно є теж виживим інструментом. Подібний підхід широко використовують сьогодні, особливо це стосується російських ЗМІ. Четвертий інструмент - це гра на моральних принципах та стереотипах суспільства.

ЗМІ завжди самі визначають, що необхідно, а що не потрібно виносити на суд суспільства. Пріоритетність і привабливість теми для суспільства, неординарність та новизна фактів – це основні принципи залучення уваги суспільства.

Дослідник в області ЗМІ Дж. Брайс випустив книгу, в якій розкрив механізми впливу на громадську думку. Спочатку конструюється «множинність думки» за допомогою «фактів або оповідань», щоб порушити в людській душі почуття, яке саме виливається з уст, створюючи враження, що про цей факт говорять усі. На другому етапі ЗМІ висловлюють більш певну думку про події, і, тим самим, думки пересічних громадян починають збиратися в тверду масу. На третьому етапі – в дебатах і дискусіях – відкидаються непотрібні аргументи на користь одного певного і незмінного рішення. Останній етап – впровадження факту або оцінки події, які видаються за «переконання, що склалося» у вигляді «схильності людей до «однос- тайності»» в інтересах пересічних громадян.

Хоча медіа і мають давати сухий та об'єктивних фактаж, але останнім часом у ЗМІ все більше тяжіють до оціночного характеру викладу матеріалу, тим самим закладаючи читачу необхідне ставлення до того, що відбувається у світі.

ЗМІ можуть надавати негативні почуття поглядам людей та сприяти напруженню, але вони також можуть допомогти опонентам знайти спільну мову під час та після вирішення конфліктів.

Загалом, ЗМІ, за сучасних умов, стають важливими під час конфлікту. Факти, що висвітлюються у ЗМІ, увага на певних явищах або аспектах конфронтації формують думку аудиторії про конфлікт і спонукають до правильної реакції. ЗМІ пропонують можливості перетворити невеликий

конфлікт у велике протистояння або, навпаки, швидко вирішити серйозну проблему. Перебіг самого конфлікту багато в чому залежить від ставлення ЗМІ до події, їх упередженості та участі.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ДВОСТОРОННІХ ВІДНОСИН США ТА КИТАЮ

Історично склалося так, що після Другої світової війни найбільші світові компанії походять переважно із Сполучених Штатів Америки, Європи та Японії. Але ця тенденція змінюється з неймовірною швидкістю.

Сьогодні спостерігається тенденція до географічної зміни економічних лідерів. Змінюється економічний ландшафт попиту і пропозицій. Коли люди у всьому світі говорять про майбутнє зростання ринку, навряд чи вони згадають Європу чи Японію. Навіть США, які все ще залишаються найбільшою економікою світу, все частіше відсуваються на другий план з точки зору майбутнього зростання.

Сьогодні список сучасних і майбутніх тогрових велетнів очолюють Китай та Індія, не кажучи вже про такі країни, як Бразилія. За останні десять років усі три увійшли до топ-десятки найбільших економік світу. Але ці нові великі економіки значно відрізняються порівняно з традиційними економічними гігантами у плані споживання вироблених ними товарів та

послуг. Через дешеву робочу силу ці економіки отримали значні економічні переваги [33 с. 86].

За останні 15 років кількість китайських компаній у списку Fortune Global 500 зростає більш ніж удвічі, індійських - більше ніж удвічі, а латиноамериканських - більше ніж удвічі. Це свідчить про те, що ці потужні економіки, що розвиваються, - це не просто океани відкритого нового попиту. Є також океани нових потенційних конкурентів зі світовими амбіціями, які нічим не відрізняються від «Toyota, General Electric або Unilever.» [33 с. 91].

До 1960-х років вся зовнішня торгівля Китаю, за рідкісними винятками, велася з СРСР та його європейськими союзниками (особливо Чехословаччиною, Польщею та Східною Німеччиною). У період погіршення відносин між Китаєм та СРСР Китай купував зерно в Канаді та Австралії, імпортуючи обладнання для промислових компаній з Японії та Західної Європи.

Розвиток зовнішньої торгівлі продовжувався на початку 1970-х років. Після того, як Китай оголосив політику «відкритих дверей» щодо західних країн у 1971 році, його зовнішньоторговельний оборот утричі збільшився всього за чотири роки. До 1980 року він подвоївся і продовжував зростати, але набагато повільніше, до 1988 року, коли перевищив позначку в 100 мільярдів доларів. Значення зовнішньої торгівлі для економічного розвитку Китаю найкраще ілюструє частка експорту в загальному ВВП: у 1980 р. Вона становила близько 13%, а в 1992 р. Вона досягла 35% і була вищою, ніж частка експорту в економіці Японії.

Китай є експортером трудомісткої продукції (3/4 експорту) через можливість використання дешевої робочої сили. Лідуючими товарами в експорті є одяг та текстиль, дешевий і виготовлений з натуральної сировини. Важливим є експорт споживчих товарів: іграшок, взуття, спортивних товарів. Машини та обладнання займають важливе місце в структурі експорту (25% вартості експорту).

Зі зростанням економічного розвитку країни змінюється роль Китаю на світовому ринку та товарна структура зовнішньої торгівлі. Китай залишається найбільшим у світі експортером сировини (вугілля, чорні та кольорові метали, бавовна, шовк та ін.), Але частка готової продукції зростає (понад 80% експорту), а частка сировини та матеріалів сільськогосподарська продукція зменшується.

Товари з позначкою "зроблено в Китаї" нині можна зустріти в усьому світі. З огляду на статистику, Китай вже лідирує в світі за обсягом виробництва понад 100 видів продукції. Там випускається більше 50% проданих у світі фотоапаратів, 30% кондиціонерів, 25% пральних машин і приблизно 20% холодильників. Крім того, згідно митної статистики, Китай вже багато років поспіль є першим експортером текстильних виробів, одягу, взуття, годинників, велосипедів, швейних машин та інших видів трудомісткої продукції.

Збільшення частки іноземного капіталу має великий вплив на зовнішню торгівлю. На частку спільних підприємств припадає близько 30% експорту і понад 40% імпорту Китаю. Найбільшими торговельними партнерами Китаю є Японія, ФРН, Гонконг (Сянган), причому останній є важливою реекспортною базою КНР, до недавніх пір до цього списку ще відносилися Сполучені штати Америки.

Ключовий експортний ринок для Китаю - США, торговельні зв'язки двох країн надзвичайно сильні. У 2010 році обсяг китайського експорту становив 1,5 млрд.дол.США. Найголовнішими партнерами по експорту були США - 20,03%, Гонконг - 12,03%, Японія - 8,32%, Південна Корея - 4,55%, Німеччина - 4,27%. Обсяг імпорту складав 1,3 млрд.дол. Продукція імпортувалась з Японії - 12,27%, Гонконгу - 10,06%, Південної Кореї - 9,04%, США - 7,66%, Тайваню - 6,84%, Німеччини - 5,54%.

За розмірами доходів від туризму (понад 15 млрд. дол) Китай входить у першу десятку країн світу.

Яскравим свідченням успіхів Китаю на початку третього тисячоліття є встановлення багатьма дослідниками «розгортання однієї з основних глобальних тенденцій – переміщення центру економічного розвитку із Заходу на Схід, яка має всі передумови для збереження свого вектора у довгостроковій перспективі» [23 с. 15].

За десять років з моменту вступу до СОТ частка Китаю на світовому ринку зросла з 4,3% до 10,4%, що робить Китай першою у світі країною-експортером та другим за величиною імпортером. Середньорічне зростання товарного експорту становило 22% і зросло в 4,9 рази, тоді як середньорічне зростання імпорту становило 21%, а його обсяг збільшився в 4,7 рази. З моменту вступу до СОТ валютні резерви Китаю збільшились у 14 разів - до 212,2 млрд. Доларів. у 2001 р. до 3 трлн. США на кінець 2012 р. Загальний експорт Китаю за цей період зріс у 6 разів [23 с. 18].

У період після початку реформ та відкритості китайська економіка швидко зростала протягом 30 років [23, с. 28]. Середні темпи економічного зростання китайської економіки в період 1978-2014 рр. становили 9,7%. У 2015 році темпи зростання ВВП Китаю становили 6,9%. У 2015 р. Китай займав перше місце у світі в галузі міжнародної торгівлі за обсягами імпорту та експорту товарів. Протягом трьох років, починаючи з 2013 року, він зберігав цю посаду. Після експорту та імпорту послуг Китай посів друге місце у світі. За попередніми підрахунками, частка Китаю у світовій торгівлі зросла з 12,2% до понад 13%.

Крім того, Китай перевершив США за розміром виробничого сектору в 2010 році і посів перше місце у світі; За обсягом іноземних інвестицій, отриманих за 24 роки, Китай посідає перше місце серед країн, що розвиваються, і третє у світі за власними інвестиціями за кордон. З 2006 р. Китай є найбільшим у світі валютним резервом 10 років поспіль [26, с. 3].

Китай вже став найбільшим торговельним партнером для більшості сусідніх держав. За обсягом зовнішньої торгівлі Китай піднявся з 27-го (1978) на 3-є місце (2004) у світі. Більше 230 країн і районів світу

підтримують з Китаєм зовнішньоторговельні зв'язки. За період з 2005 по 2010 рр. обсяг торгівлі товарами КНР з країнами АСЕАН збільшився з 9,2 % до 9,8 %; з країнами БРІК – з 4,9 % до 6,9 %; з країнами Латинської Америки – з 3,5 % до 6,2 %, з країнами Африки – з 2,8 до 4,3 % [27, с. 3].

Велика увага приділяється в Китайській Республіці співпраці зі Світовою організацією торгівлі. Китайська Республіка не тільки є повноправним членом цієї найважливішої міжнародної торгової організації, а й бере активну участь у її діяльності, в деяких питаннях впливає на прийняття важливих рішень СОТ. Така активна позиція і настільки помітне участь Китайської Республіки в роботі СОТ не випадкові. Китайська Республіка є (згідно з даними 2005 року) 19-й економікою в світі за величиною ВВП і 16-й торговою державою в світі за обсягом експорту і імпорту. Роль Китайської Республіки в світовій економіці і торгівлі незмінно зростає. Зростають також міжнародний вплив Китайської Республіки і обсяги економічної допомоги країнам, що розвиваються. Внаслідок цього активну співпрацю Тайваню з СОТ видається закономірним і природним. Китайська Республіка вступила до Світової організації торгівлі 1 січня 2002 року, ставши її 144-м членом.

З моменту вступу Тайбея в СОТ Китайська Республіка постійно прагнула грати конструктивну роль в триваючому раунді переговорів в рамках так званої Програми розвитку, прийнятої на переговорах в Досі, Катар. Це сприяло розширенню можливостей Тайваню в участі в міжнародній економічній діяльності. Тайвань повністю підтримує міжнародну торгово систему розвитку найменш-розвинених країн світу, відповідно до мандату Дохи. Також він надав безмитний доступ на свої ринки 141 виду товарів, вироблених в малорозвинених країнах світу, і виділив у 2005 році 188 тисяч доларів США на фінансову підтримку Глобальному фонду розвитку у межах раунду переговорів у Досі. Тайбей також відправив делегацію з 46 представників різних урядових агентств і організацій на шосту міністерську конференцію, що відбулася в Гонконгу 13-

18 грудня 2005 року. Подібні конференції проводяться двічі на рік. З ініціативи Тайваню також пройшли двосторонні переговори з 13 різними країнами. Також Тайбей взяв участь в ряді багатосторонніх зустрічей з представниками країн, з якими спостерігається спільність інтересів, в першу чергу, країн-членів так званої Групи десяти провідних імпортерів продовольства, що включає Японію, Південну Корею і Швейцарію.

На XVIII з'їзді ЦК КПК Сі Цзіньпін вперше оголосив про будівництво «співтовариства єдиної долі» для всього людства. Почули це тільки в Давосі в 2017 році, коли Сі сказав уже під англійський переклад для «розумників». Так виглядає глобалізм по-китайськи.

Китай веде наступ відповідно до свого проекту «спільнота єдиної долі людства», всередині якого знаходиться «китайська мрія», майже як у американців «велика американська мрія», А всередині «мрії» - стратегія «Новий шовковий шлях». Фронт у китайців розгорнут в бік Тихого океану. В якості опонента цей фронт має США.

Американсько-китайські відносини - дипломатичні, політичні, економічні - є найважливішими двосторонніми відносинами сьогодні. Це взаємозв'язок між наддержавою та потенційною наддержавою. Перспективи та труднощі в економічній політиці обох країн є чинником, що регулює вектор руху зовнішньої політики Китайської Народної Республіки до США.

Китай завжди був одним із пріоритетів американської політики в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Відносини між двома країнами мали як сприятливий, так і кризовий періоди. Особливу увагу слід звернути на рівень китайсько-американських відносин з 1979 р. (Період відновлення офіційних дипломатичних відносин між двома країнами) до наших днів.

Посилення американо-китайських зовнішніх відносин датується кінцем Другої світової війни. Проголошення Китайської Народної Республіки в жовтні 1949 р., Підтримка США уряду Чан Кайші та розміщення військових баз на Тайвані серйозно погіршили відносини між двома країнами. Це період зближення КНР і СРСР, а також включення КНР до числа країн

соціалістичного блоку. Тоді провідна роль в економіці КНР була відведена СРСР, який відіграв ключову роль у матеріально-технічному забезпеченні в перші п'ятирічні плани. На цьому етапі особливо важливо сформулювати п'ять принципів мирного співіснування, проголошені в китайсько-індійській угоді після тибетського конфлікту: 1) взаємна повага територіальної цілісності та суверенітету; 2) ненапад; 3) невтручання у внутрішні справи; 4) рівність та взаємна вигода; 5) мирне співіснування [25, с. 143]. Ці принципи заклали основи відносин Китаю з іншими країнами, увійшли до Конституції Китайської Народної Республіки 1982 року і стали основою, на якій Китай встановлює та розвиває дружні стосунки з усіма країнами світу [25, с. 149].

На думку багатьох науковців, розвиток китайської зовнішньополітичної думки в цей період сильно залежав від поглядів радянського керівництва та радянських зовнішньополітичних кроків на світовій арені. На той час теоретична основа розвитку незалежних зовнішньополітичних доктрин в КНР ще не була розроблена [25, ст. 155].

Перша половина 1960-х ознаменувалася відвертим неприйняттям китайських лідерів

"Біполярне бачення світу", коли "капіталізм-соціалізм" був головним критерієм у визначенні практичних зовнішньополітичних кроків. Китаю довелося знайти нову теоретичну базу для свого місця на політичній арені. На практиці це знайшло своє відображення у проголошенні концепції "проміжних зон", опублікованій у 1964 р. Проміжна зона складалася з двох частин: перша складалася з країн Азії, Африки та Латинської Америки, що борються за незалежність; до іншої - Західної Європи, Океанії, Канади та інших капіталістичних країн [30, с. 286]. Ця концепція мала на меті формувати боротьбу проти

"Американський імперіалізм" та утримання Радянського Союзу. На думку дослідників, період з 1966 по 1976 рік був трагічним періодом у житті китайського суспільства. Сфера зовнішньої політики не стала винятком. На думку китайських дослідників, "культурна революція" гальмувала розвиток

китайської науки про міжнародні відносини та шкодила міжнародній репутації Китаю. Дослідження в галузі міжнародної політики припинились, що знизило рівень компетентності правлячих кіл у цій галузі.

Політика США щодо комуністичного Китаю пройшла три етапи:

Етап I:

Підтримка режиму Мао Цзедун, незважаючи на Корейську війну (комуністи перемогли американські війська), захоплює бета-версію. Під час Другої світової війни США дуже допомагали Китаю з будь-якими цілями. Завдяки спільній перемозі Китай перетворився з напівколоніальної «східноазіатської хворої» країни, що характеризується значною бідністю та слабкістю, в одну з головних «п'яти країн» того часу [19, с.5].

II. Етап:

Підтримка була замінена відчуженням, коли американська політика повинна була ізолювати Китай у 1960-х (зовнішня політика Китаю велася під гаслом "Удари обома руками" - на протипагу "радянському ревізійонізму та американському імперіалізму"). Під час корейської війни Китай, керований ідеологічними інтересами міжнародного комуністичного табору, став на бік Радянського Союзу.

Етап III:

Він розпочався відразу після китайсько-радянського військового конфлікту в 1969 році, коли США активно прагнули використати розкол у комуністичному світі, включивши Китай до своєї антирадянської стратегії. Хоча було очевидно, що Китай заводить криваві прикордонні конфлікти, Америка стала на бік режиму Мао Цзедуна, який допоміг закласти основу для "відкриття" Китаю в 1970-1971 роках. Відтоді США свідомо проводили політику сприяння розвитку Китаю [19, с.5].

Політика Кіссінджера (він відвідав Китай понад 50 разів) зіграла важливу роль у формуванні відносин з Китаєм: було вирішено якомога більше відкинути ідеологічні розбіжності і представити ситуацію як провал китайських переговорів із СРСР. використовується Радянським Союзом

проти Китаю. Він переконав китайських лідерів у тому, що між США та Китаєм немає несумісних розбіжностей, але обидві сторони страждають від відсутності дипломатичних відносин і що вони приносять користь третім країнам (включаючи Радянський Союз).

У лютому 1972 р. В результаті попередніх таємних дипломатичних контактів між Кіссінджером і Чжоу Енлай відбулася подія, важлива не лише для того часу, але і для всього подальшого розвитку світової історії та міжнародних відносин. Йшлося про візит президента США Ніксона до Китаю та його зустріч з Мао Цзедуном. Підписання Шанхайського спілкування сприяло формуванню нової геополітичної реальності у світі: протистояння блоків було замінено системою "відносин влади". Ця подія стала відправною точкою процесу розпаду глобальної біполярної системи. Це було в 1972 році, коли відносини між двома найбільшими країнами світу, комуністичним Китаєм та капіталістичними країнами, нормалізувались, і Ніксон і Кіссінджер мали «відкрити Китай для США».

Реформи, розпочаті в 1978 р., дали Китаю економічний підйом і зростаючу репутацію на передовій світових ліній. Таким чином, були створені умови для залучення країни до процесу глобалізації, яка стала важливим фактором модернізації всіх аспектів життя, включаючи її політичну систему. Після смерті Мао Цзедуна в 1976 році країна проводила політику модернізації свого економічного та політичного життя з 1978 року з метою перетворити Китай на високорозвинену державу до середини 21 століття. Розширено незалежність компаній, дозволено багатоструктурній економіці залучати іноземний капітал, а в Китаї створені "відкриті економічні регіони" та "особливі економічні зони" [53 с. 17].

У 1979 р. Під керівництвом Джиммі Картера США визнали Китайську Народну Республіку, і сторони остаточно встановили нормальні дипломатичні відносини, що також сприяло зміцненню торгово-економічних зв'язків США та Китаю; у 1979 р. було підписано американсько-китайську угоду про науково-технічне співробітництво та торговельну угоду [21, с.67].

Після встановлення дипломатичних відносин між США та Китаєм у 1979 р. Обсяг торгівлі між ними становив 2,5 млрд. Доларів США. Америка піднялася з третього на друге місце серед торгових партнерів Китаю. Надання американських позик дозволило Пекіну проникнути в американську промисловість, яку Китай поставив у домінуюче становище над іншими партнерами - соціалістичними країнами.

Окрім економічної складової, яка впливала на політичний курс Китаю, важливу роль відігравала і ідеологія. КНР поставила перед собою завдання в міжнародному масштабі: зміцнити солідарність з пролетаріатом усього світу, народами та країнами, пригнобленими гегемонією та імперіалізмом обох держав - СРСР та США. Ці тези знайшли своє відображення у виступі Ден Сяопіна в ООН у 1974 р., Коли концепція "трьох світів" була вперше введена, але була висловлена на Генеральній Асамблеї ООН [4, с.8]. Відповідно до цієї концепції Сполучені Штати та СРСР склали Перший Світ, розвинені країни Західної Європи та Азії - Другий Світ, а також країни, що розвиваються Азію, Африку та Південну Америку, на які також посилався Китай, Світ. В рамках цієї концепції КНР мала намір використати протиріччя між країнами Першого світу та залучити одну з них до успішної боротьби з іншою, що відображено в матеріалах XI з'їзду КПК 1977 р. [56, с. 95]. Зовнішня політика Китаю повинна слугувати інструментом розвитку та модернізації країни.

З кінця 1970-х. Китай починає активно співпрацювати з іншими країнами. Загострення відносин із СРСР позитивно впливає на зближення між КНР та США. Незважаючи на те, що Китай об'єктивно вважався країною третього світу, він прагне вийти на світову арену з кінця 1980-х. Однак поразка студентської демонстрації на площі Тяньаньмень у червні 1989 р. Призвела до напруження відносин між КНР та західними країнами. Розпад СРСР у 1991 р. Змусив Китай переглянути свою зовнішньополітичну концепцію у світлі нової однополярної системи міжнародних відносин. Керівники країни запропонували нову систему зовнішньополітичного

співробітництва: "одна наддержава - багато могутніх держав", до якої входили Німеччина, Росія, Японія та Китай. Таким чином, ми можемо бачити, що Китай почав розглядати себе як один із центрів нового міжнародна система відносин.

У період 1980-1990рр. вона відступає від ідеологічної доктрини і зосереджується на економічній складовій міжнародних відносин та здобутті взаємної вигоди. КНР відмовляється вступати в союзні відносини з наддержавами; у двосторонніх відносинах економічні зв'язки мають перевагу над політичними. Стратегічне партнерство будується з різними регіонами світу. На світовій арені існує зважений підхід. Однак США розробили механізми підтримки розвитку великих торговельно-економічних проектів з Китаєм, що знайшло своє відображення у формулюванні політики, орієнтованої на вдосконалення системи зовнішньоекономічних відносин з КНР з точки зору скорочення державної координації господарська діяльність. Такі заходи допомогли американським компаніям найлегше вийти на ринок, але вони також збільшили обсяг прямих приватних інвестицій у США та розвинули торгові зв'язки.

Для Китаю збільшився доступ до сучасних технологій та обладнання США, збільшивши рівень придбаної продукції [9, с. 11]. Вливання прямих приватних інвестицій в економіку Китаю стало новим видом двосторонніх економічних зв'язків у 1980-х роках. Іншим важливим аспектом двосторонніх відносин між двома країнами був "обмін думками". Це допомогло Китаю найняти висококваліфікований персонал для західних навчальних програм, тому досягнення зарубіжної науки стали швидко впроваджуватися в країні.

Не можна ігнорувати кризу в американсько-китайському економічному співробітництві, спричинену погіршенням політичної ситуації щодо розгону студентських демонстрацій 1989 року, згаданих раніше. Америка ввела санкції проти Китаю, змусивши співпрацювати з Москвою у військово-технічній галузі. У той час вони припинили поставки зброї з США до Китаю,

зупинили політичний діалог та позики, які на той час становили 1,3 млрд. Доларів [9, с. 16]. Проте адміністрація Буша не погодилася з подальшою ескалацією конфлікту та усвідомлювала стратегічно важливу роль Китаю в економіці Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

Зміни в співвідношенні сил на міжнародній арені, спричинені розпадом Радянського Союзу в 1991 році, знову спонукали до зближення Китаю та США. Поліпшується законодавство у сфері зовнішньоекономічних відносин. У 1990 р. Були прийняті поправки до Закону про спільне підприємство, що забороняють їх націоналізацію, знімають обмеження на термін їх діяльності та дозволяють іноземним громадянам займати посаду голови правління спільного підприємства. У 1991 р. Відповідно до нового Закону про податок на доходи фізичних осіб, який розраховується для спільних підприємств, була введена єдина ставка податку для всіх спільних підприємств та іноземних компаній. Одночасно проводилась політика заохочення спільних інвестицій у виробничий сектор, а також у відкриті економічні регіони. Іноземні громадяни отримали право на довгострокову (5-90 років) оренду землі та придбання нерухомості [10, с. 121]. У листопаді 1993 р. Президент Китаю Цзян Цземінь та президент США Білл Клінтон провели першу зустріч на саміті АТЕС у Сіетлі, на якій досягли спільної домовленості про зміцнення двосторонніх відносин. Згідно зі статистикою США, ринок США став найбільш швидкозростаючим ринком збуту в Китаї з 1995 року. Товари, ввезені в США з Китаю, становили 5,5% загального обсягу імпорту США. У 1996 р. Кількість предметів, вкладених компаніями США, зросла до 22 240, а кошти, вкладені в ці предмети, до 14 млрд. [10, с. 131].

З 1990 року до сьогодні Китай зафіксував високі темпи економічного зростання, що дозволяє йому обійти інші розвинені країни світу і стати важливим гравцем на міжнародній арені. З середини 1990-х. КНР є одним з найбільших одержувачів іноземного капіталу. Все більше і більше країн беруть участь у інвестиційному потоці, який конкурує з економічними інтересами США.

Нове погіршення відносин між двома країнами відбулося після того, як посольство Китаю в Белграді було знищено американською ракетою. Пізніше, на саміті АТЕС, президент КНР Цзян Цземінь і президент США Білл Клінтон дійшли висновку, що їм потрібно вийти на новий рівень відносин. Уряд США сприяв вступу КНР до СОТ у 2001 р. У цей період Китай зміг встановити міцні стратегічні партнерські відносини з низкою країн, що розвиваються. У той же час Китай, який спирався на принципи мирного співіснування, не втручався у внутрішні справи країн, а прагнув отримати виключно взаємну вигоду від двосторонніх відносин та зміцнити взаємну довіру.

На думку вчених, посилений вплив КНР на міжнародній арені на початку 2000-х років був фактором, який визначав політику утримання США, спрямовану проти неї. У відповідь Китай виступає проти збільшення присутності США в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні з метою зменшення негативного впливу Вашингтона і прагне посилити свою роль у забезпеченні світового порядку. Китайський уряд переглянув свою зовнішньополітичну концепцію, яка тепер базується на нових постулатах. На думку керівництва Китаю, новий економічний порядок повинен впливати як на економічну, так і на політичну сфери. Для Китаю новий світовий порядок - це насамперед «завоювання неформального лідерства в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні» [8, с. 97].

Цей факт свідчить про зусилля Пекіна щодо регіонального лідерства як умови забезпечення безпеки розвитку країни. Поняття "новий порядок" і "нова безпека" були основою ідеї стратегічного партнерства, що виникла в 2000-х роках. Основним її принципом є побудова довгострокових, стабільних, взаємовигідних відносин відповідно до національних інтересів. Що стосується міжнародної та регіональної безпеки, КНР виявила ряд суперечностей, які можуть призвести до конфліктних ситуацій. Серед таких суперечностей Пекін визначив економічну, тому сам визначив принцип невтручання у внутрішні справи інших країн.

Поряд із тісними економічними зв'язками між США та Китаєм існують серйозні політичні суперечності, спричинені боротьбою за домінування в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні на початку XXI століття. Трамп просував власну азіатську стратегію та об'єднав Японію та Австралію для досягнення консенсусу щодо поглиблення безпеки та стратегічного співробітництва в Індо-Тихоокеанському регіоні. Він також спокусив Індію приєднатися до створення союзу чотирьох країн для досягнення мети збалансування Китаю. Що стосується союзників за межами Азії, Трамп не хотів їх відкидати і досяг певних результатів. Торгові санкції Трампа також спрямовані на таких союзників, як Європейський Союз та Канада. США застосовує жорсткі методи, щоб вимагати від своїх союзників залишатися на стороні США в торгово-економічній напруженості між Китаєм та США [11, с. 79].

Проте в якості боротьби за геополітичне панування Китай обрав так звану політику "м'якої сили", спрямовану на мир, розвиток та взаємовигідну співпрацю з усіма країнами. Ця концепція оживає шляхом обміну культурними цінностями, залучення іноземців до вивчення іноземної мови та розвитку туризму. Все це сприяє визнанню КНР стабільною країною, що розвивається, готовою наблизитися до всіх країн та поділити вигоди.

Якщо оцінити оригінальність концептуальної сутності зовнішньополітичної доктрини Китаю на початку XXI століття з точки зору геополітики, а також конкретних кроків, здійснених Пекіном у постбіполярній системі міжнародних відносин для реалізації цього стратегічний порядок денний на 2003–2012 рр. слід виділити наступні основні принципи, на основі яких правлячі кола КНР на чолі з президентом Ху Цзіньтао фактично сформували лише зміст геополітичного проекту. . Правляча еліта Китаю визначила перетворення КНР в одну з провідних світових супердержав як головну мету свого зовнішньополітичного курсу в цей період. У зв'язку з цим Пекін особливо зацікавлений у тому, щоб США не "успішно" реалізували свої глобальні геополітичні плани щодо встановлення повного світового панування. Головним чином через це,

нинішнє керівництво КПК вважає, що геополітично вигідно для Китаю створити новий пристрій світового порядку на основі принципів багатополярності. З іншого боку, згідно з цією зовнішньополітичною доктриною, КНР повинна відігравати провідну роль у контексті такої багатополярності.

До настання світової фінансово-економічної кризи восени 2008 року зростання ВВП Китаю становило в середньому до 9% на рік. Після настання світової економічної кризи темпи поступового розвитку економічного потенціалу китайської країни дещо сповільнилися. Між двома країнами встановлено взаємну економічну співпрацю. Америка стала найбільшим і найбільш швидкозростаючим товарним ринком у Китаї, а Китай став експортним ринком США. Оскільки між країнами існують відмінності у наявних ресурсах, економічній структурі та галузевій організації, їх торговельно-економічні відносини базуються насамперед на взаємодоповнюваності їх взаємних економік. Це доповнення доводить той факт, що Китай має багато дешевої робочої сили, але відстає від свого партнера в галузі технологій та науки. Наприклад, між 1995 та 2001 роками експорт США до Китаю сприяв створенню 1,8 мільйона робочих місць у США, головним чином у сферах послуг, сільського господарства та виробництва обладнання [12, с.23].

Американські споживачі також виграли від взаємовигідної торгівлі. Тільки на період 2000-2007рр. імпорт дешевих споживчих товарів з Китаю склав 202 млрд. дол. Все це, безсумнівно, благотворно позначилося на зовнішній політиці один одного.

За останні 20 років активного економічного співробітництва США змінили своє ставлення до Китаю. Якщо раніше КНР сприймали як близького і одного з провідних економічних партнерів, то зараз це - головна економічна конкуренція і, мабуть, головна стратегічна загроза. Серед негативних аспектів економічного співробітництва - період з 1999 по 2011 рік, який був

позначений для США відчутною втратою робочих місць у обробній промисловості.

У міру посилення Китаю провідні позиції США у світовій економіці почали слабшати. Зростання зовнішнього боргу та безробіття, погіршення позицій середнього класу та кризи у багатьох галузях промисловості призвели до зростання незадоволення країни попередніми ліберальними принципами торгівлі. В результаті гасла президента США Дональда Трампа щодо відродження національного виробництва, які він поставив на перший план своєї передвиборчої програми, підтримали середній клас та малий бізнес, невеликі міста, групи з низьким рівнем доходу, а також традиційні галузі (металургія), видобуток вугілля) і хімічна промисловість, машинобудування, будівництво). Однією з ключових ідей у цьому напрямку була обіцянка різкого збільшення мита на ввезення китайських товарів. Китай доволі скептично ставився до передвиборчої обіцянки Трампа і намагався підкреслити взаємовигідні торговельно-економічні відносини між двома країнами. Однак американці зосередили свою увагу не на перевагах партнерства з Китаєм, а на загрозах, що їх створює зростаючий економічний та політичний вплив КНР. У «Стратегії національної безпеки США на 2017 рік» Китай названий «ревізійністською силою», метою якої є встановлення світового порядку, заснованого на цінностях та інтересах, що суперечать американським, та перетворення форм співпраці на власну користь. Китай звинувачують у крадіжці інтелектуальної власності США на суму сотні мільйонів доларів. [13].

Зміна геополітичного потоку показала, що нестабільність економічних зв'язків між КНР та США є цілком виправданою. Найважливіше місце в зовнішньополітичній програмі Пекіна займає реалізація планів "нейтралізації" або "повного знищення" спроб як США, так і ЄС, і арабських країн Аравійського півострова на чолі з Саудівською Аравією здійснити спільні геополітичні повний військово-політичний та економічний контроль Вашингтона над усім євразійським простором. Згідно з цією концепцією,

Китай відходить від співпраці зі США, хоча все ще має міцні економічні зв'язки з ними.

Сподівання американців отримати користь від вступу Китаю до ВТО (Всесвітня торгова організація) були сильно перебільшені, і китайський експорт зростав швидше, ніж китайський імпорт. Американські товари не застигли на китайському ринку, але американські корпорації швидко зрозуміли, що перенесення виробництва до Китаю може знизити витрати на робочу силу та, таким чином, принести більший прибуток. Пан Трамп заявив про небажане укладення нових багатосторонніх торгових угод на саміті АТЕС у Данангі в листопаді 2017 року та критикував СОТ. Сі Цзіньпін па. виступав як адвокат вільної торгівлі та закликав до більш збалансованого процесу глобалізації. Таким чином, з приходом до влади адміністрації Дональда Трампа в США напруга в китайсько-американських відносинах почала зростати. Деякі вчені розглядають цю ситуацію як економічну війну між двома країнами.

Суть сьогоднішніх претензій США до Китаю полягає в наступному:

- 1) Китай повинен припинити вимагати від іноземних компаній, що працюють в країні, передавати свої технології китайським компаніям;
- 2) припиняє субсидування китайських національних компаній, що працюють у високотехнологічних секторах економіки, оскільки це дає не виправдані переваги перед іноземними партнерами;
- 3) зменшити бар'єри для експорту сільськогосподарської продукції США;
- 4) зменшити великий дефіцит торгівлі США у двосторонній торгівлі;
- 5) припинити маніпулювання курсом національної валюти - юаня, що дає Китаю перевагу в зовнішній торгівлі.

Проблема торгового дефіциту США порівняно з Китаєм особливо гостра. Багато американських економістів, особливо відповідальних за стратегію зовнішньої торгівлі США, вважають, що такий дефіцит є результатом недобросовісної торгової політики та практики Китаю. Інші

вважають, що офіційні дані про дефіцит торгівлі з Китаєм створюють спотворену картину двосторонніх відносин, оскільки вони не враховують непрямі поставки товарів від наднаціональних корпорацій США [12, ст.24]. Традиційна торгова статистика також не повністю відображає додану вартість створену в кожній країні, і те, як вона бере участь у зовнішній торгівлі.

Ще одним невирішеним протиріччям, на думку США, є право на інтелектуальну власність. Уряд США звинувачує Китай у крадіжці інтелектуальної власності компаній, розташованих на його території. У грудні 2018 року генеральний прокурор США Дж. Демерс зазначив, що між 2011 і 2018 роками на Китай припадало 90% усіх розслідувань промислового шпигунства та 66% крадіжок комерційної таємниці. [12; ст.25]. Цю проблему постійно обговорюють представники США та Китаю, навіть на найвищому рівні, але, на думку американської адміністрації, прогресу у вирішенні цих суперечностей не досягнуто.

Зросла економічна незалежність Китаю та прагнення інших країн співпрацювати з ним створюють особливі проблеми у відносинах із США. Можливо, за весь період співпраці двох країн не було стільки суперечностей, як за останнє десятиліття. США вступили в союзи з Японією та Європейським Союзом, визнавши неповний перехід Китаю до ринкової економіки і, як наслідок, протекціонізм власних компаній [11, с.78]. На думку американців, ця обставина суперечить чесній конкуренції на ринку і дає необґрунтовані переваги китайським компаніям.

Основою також є інвестиційне питання між двома країнами. Питання про масштаби реальних китайських інвестицій у США хвилює адміністрацію США у зв'язку зі спробами китайських компаній отримати доступ до передових технологій США. Наприклад, у вересні 2017 року президент Дональд Трамп заборонив купувати американські ІТ-компанії інвесторами, які, як кажуть, пов'язані з китайським урядом. У серпні 2018 року США прийняли новий Закон про нагляд за інвестиційним ринком, який уточнює

перелік важливих технологій, важливих для національної безпеки США, а також покращує процедури для Комітету з іноземних інвестицій США.

Не варто забувати суперечності між країнами в економічній галузі, які можна розділити на дві категорії: ті, що стосуються китайського капіталу в американській економіці; та пов'язані з взаємодією Пекіна на світовому економічному рівні.

Таким чином, до першої групи належать суперечки, пов'язані з тим, що китайці купують американський борг та акції відомих американських компаній. До другої групи належать суперечності у міжнародних фінансово-економічних інститутах та на світовому енергетичному ринку. Слід зазначити, що обидві сторони вжили певних кроків для усунення цих невідповідностей. Американсько-китайська стратегічна економічна рада була створена в 2006 році для сприяння вирішенню всіх торгово-економічних суперечок між Вашингтоном та Пекіном. Крім того, було створено багато 48 галузевих рад для вирішення найбільш актуальних питань торгівлі США та Китаю з точки зору індивідуальних бізнес-інтересів. [11, с. 20].

Таким чином, зовнішня політика Буша-молодшого щодо Китаю неоднозначна. З одного боку, існувала політика «інтеграції» Китаю в міжнародні організації та глобальні політичні, економічні та культурні процеси. З іншого боку, Китай визначив себе стратегічним конкурентом США. Між Вашингтоном та Пекіном було багато проблемних питань у різних сферах. Двосторонні відносини між Китаєм та США негайно погіршилися, коли Китай загрожував гегемонії та лідерству Вашингтона в деяких регіонах. У той же час, під час президентства Буша, США зайняли більш поблажливу позицію щодо Китаю, оскільки необхідно було створити сприятливі умови для боротьби з міжнародним тероризмом та розвитку двосторонньої торгівлі. Багато сприятливих і несприятливих факторів, які "відкрили Китай для Сполучених Штатів", сьогодні ми маємо можливість спостерігати за двома сильними дійовими особами на міжнародній арені, між якими відносини "не надто погані і не зовсім хороші", і їх співпраця чи

суперництво залежить про сучасні світові геополітичні умови. Для розвитку міжнародних відносин важливо, що через 40 років після підписання Шанхайського зв'язку США та Китай зможуть об'єднати зусилля для побудови світу, а не його руйнування.

У 2017 році Дональд Трамп переміг у президентських перегонах з лозунгом повернення «величі Америки», він розпочав програму повернення до США індустріальних виробництв. Це викликала неаби яку реакцію Китаю і розпочалась велика торгова війна між цими країнами. Китай просто не може собі дозволити втрату такого економічного ресурсу як американські компанії.

15 січня 2020 року президент США Дональд Трамп та віце-президент Державної ради Китайської Народної Республіки Лю підписали угоду про перший етап угоди про вирішення двосторонніх торгових суперечок. Перший етап угоди спрямований на "забезпечення безпеки інтелектуальної власності США", "зупинку примусової передачі технологій", "значне розширення аграрного сектору США", "усунення бар'єрів для фінансового сектору США", "зупинку валюти маніпуляція ". США з Китаєм", "ефективно вирішує [двосторонні] суперечки" в торгівлі. Обсяг торгової угоди перевищить 200 мільярдів доларів у 2020 році і буде зростати щороку.

19 серпня 2020 року президент США Дональд Трамп відмовився вести переговори з китайською стороною і звинуватив КНР у поширенні вірусу COVID-19 у всьому світі. [91, ст. 3]

У січні 2021 року президент США Дональд Трамп, який колишній президент, вирішив обмежити будь-які операції з власниками восьми китайських програм, включаючи платіжні системи Alipay та WeChat Pay [78, с.3]. Відразу після того, як Трамп покинув пост президента, влада КНР вирішила ввести санкції проти 28 американських громадян за втручання у внутрішні справи КНР та підрив китайських інтересів, зокрема державного секретаря Дональда Трампа Майка Помпео та торгового радника Трампа Пітера Наварро. [78, с.4]

29 січня 2021 року китайська компанія Xiaomi подала позов проти Міністерства оборони США та Казначейства США про вилучення компанії з чорного списку китайських компаній, що діють в інтересах китайського уряду.

19 березня 2021 р. В Анкориджі (Аляска, США) відбулася зустріч представників уряду США (в особі глави держави Ентоні Блінкена, радника президента США з питань національної безпеки Джейка Саллівана) та міністра закордонних справ КНР Ван І та державного радника Ян Цзечі. В результаті китайська сторона висловила невдоволення і заявила, що американські чиновники порушили протокол [78, с.5].

РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА ВІДОБРАЖЕННЯ У ЗМІ ПОЛІТИЧНОГО ПРОТИСТОЯННЯ МІЖ США ТА КИТАЄМ

Сутність інформаційного суспільства, на думку науковців, полягає в тому, що людська цивілізація після аграрної стадії та індустріальної переходить в інформаційну. Інформація стає ще ціннішим ресурсом, ніж ресурси матеріальні, а доступ до неї – важливим елементом ідеології інформаційного суспільства [57, с. 29].

Китайська модель інформаційного суспільства, загалом, розвивається згідно загальними законами інформаційної цивілізації, але має свою унікальну національну специфіку.

Як свідчить Чен Жуїн, віце-директор медіа-школи Північно-західного університету у місті Ланчжоу: «В КНР багато робиться для розвитку інформаційного суспільства. Забезпечується подача сигналу для мобільного зв'язку та вдосконалюються технології. В процесі наукової розробки знаходиться технологія 5G. В інтернеті уряд формулює свої правила, через що люди не так вільно можуть отримувати інформацію. В сільських районах створюються умови, щоб люди отримували інформацію так само, як і в місті» [58, с. 38].

За свідченням Вей Чжен Зонга, секретаря парткому КПК Сіамень медіа груп, інформатизація нинішнього суспільства має дуже вагомий вплив на китайське суспільство. Кожен має мобільний телефон та за допомогою інтернету дізнається про новини. Це суттєво вплинуло на телебачення, де телевізійні студії перетворилися на віртуальні медіа-комплекси з використанням сучасних технологій та комп'ютеризацією всіх процесів [58, с. 38].

Стосовно домінуючих каналів надходження інформації, в Китаї – спостерігаються такі ж самі тенденції, як і в усьому світові. Найбільше пересічний китаєць отримує інформацію з інтернету. За ним іде телебачення і мобільний зв'язок. Зараз в Китаї біля 700 млн. користувачів мобільних телефонів. Потім – газети і журнали. Чимало китайців отримують інформацію з автомобільного радіо [58, с. 38].

Як стверджує Артем Жилін, хоча і інформаційний контент китайського телебачення досить насичений, але – чітко регульований урядом. Китайські мас-медіа, на думку експертів, в технічному плані цілком відповідають сучасним стандартам інформаційного суспільства. Але в умовах слабкості громадянського суспільства, соціалістичного типу політичної системи, з урахуванням особливостей національної культури та історії, можна сказати про особливий характер розвитку китайської національної моделі інформаційного суспільства.

На думку У Сюцзюань: «Своєрідність китайських ЗМІ зумовлено двозначною позицією уряду по відношенню до преси: з одного боку, держава підтримує розвиток медіаекономіки, з іншого боку – здійснює достатньо жорсткий контроль над інформаційним змістом. Серйозний вплив на ЗМІ здійснювала позиція керівництва КНР- ЗМІ в першу чергу повинні захищати національні інтереси, працювати на суспільство, єдність і злагоду, на покращення соціально-економічної ситуації в країні. Стара для китайських медіа проблема, як знайти баланс між різними факторами – законами ринку, інтеграцією в світову економіку і глобальну інформаційну систему і збереженням політичної стабільності – залишається невирішеною» [58, с.38].

Тонг Хоанг Бак, кореспондент В'єтнамського телебачення, має свою думку про стан та розвиток китайського інформаційного суспільства: «Я думаю, що в Китаї – досить закрите інформаційне суспільство. І від цього китайці, коли виїждять за кордон, не можуть адаптувати свої знання, оскільки в Китаї інформаційне суспільство достатньо жорстко контролюється урядом КНР» [59, с. 39].

Дійсно, китайська влада досить жорстко контролює національний інформаційний простір. Попри бурхливий розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в КНР продовжують підтримувати і розвивати друковану пресу, яку на рівні провінцій вони об'єднали в медіа-групи.

Наприклад, в провінції Шенсі (м. Ланчжоу) до «Шенсі медіа груп» входить 5 газет, 2 журнали і 4 сайти. Сайти інтегруються в традиційні види мас-медіа. І читачів газети у електронному вигляді набагато більше, ніж у паперової версії.

Стосовно тиражів видань провінційної медіа-групи: «Головною газетою медіа групи є денна газета (наклад – 210 тисяч примірників). Це офіційна газета уряду і парткому [58, с. 21].

У Китаї, звичайно, є певні обмеження, наприклад, відсутність глобальних пошукових систем та соціальних мереж, але добре, що вони розвивають власні мережі і не підтримують іноземних виробників. Хоча самі

вони дещо випадають із світових тенденцій. І така політика ставить під сумнів доступність інформації, навіть у власних пошукових системах набагато простіше контролювати потік інформації, ніж у транснаціональних, якими користується весь сучасний світ.

Спеціальні служби Китаю, такі як МГБ та іноземні спецслужби, надають свою інформацію та впливають на роботу за кордоном насамперед напівлегальними та незаконними методами. Правова інформація та пропагандистська робота китайської держави за межами Китаю покладена на Міжнародний департамент ЦК КПК та Міністерство закордонних справ Китайської Народної Республіки. Вже згаданий дослідник пише: «В Китаї створена потужна таємна система ведення інформаційного протиборства, яка дозволяє здійснювати масоване застосування сил і засобів в потрібний час.

Основні напрями цієї системи зосереджені на медійній складовій інформаційного ринку, роботі з недержавними громадськими організаціями за кордоном, розвитку культурних зв'язків, а також на кіберопераціях... Пекін щорічно виділяє до 45 млрд юанів (приблизно 6.6 млрд дол.) на роботу китайських іномовних ЗМІ.

Китай стрімко виходить на міжнародний інформаційний ринок через розширення співпраці і викупу частки в зарубіжних ЗМІ. Їх мета – створити на основі діючих ЗМІ двомовні англо-китайські проекти, що орієнтуються на пропаганду Китаю та китайської культури» [60, ст. 317].

Окремо варто згадати про Міжнародний відділ ЦК КПК та його роль у здійсненні інформаційної політики КНР за кордоном. Давно минули ті часи, коли Компартія Китаю підтримувала зв'язки лише зі своїми комуністичними колегами за межами Піднебесної [60, ст. 317].

Китайські ЗМІ є голосом правлячих кіл Китаю, а отже підкоряються державі. В наш час друковані видання КПК залишаються невід'ємним та досить впливовим сегментом усієї системи китайських ЗМІ (близько 1/3 від загальної кількості газет). У ході становлення ринкової економіки деякі партійні видання, спираючись на кошти партії та завдяки ефективному

менеджменту, змогли заснувати неполітичні газети і журнали, створити прес-холдинги. Це стало одним із незаперечних підтверджень тих змін, що відбуваються в китайських ЗМІ. Хоча й до сьогодні незалежні журналісти можуть бути покарані або навіть звільнені за гострі, викривальні статті. Стрімкий розвиток онлайн-нових та репортажів, віртуальних ЗМІ відкриває перед ними нові можливості з працевлаштування, а головне – зводить нанівець намагання комуністичної влади Китаю нав'язати свої «правила гри» на національному інформаційному полі [61, ст. 5].

Глобалізація, політика відкритості та поступове впровадження в країні ринкової економіки підняли питання про збільшення міжнародного інформаційного обміну, створення такої системи інформаційних служб, яка зможе задовольняти власний і міжнародний попит на інформацію. В таку систему в КНР входять інформаційні агентства, теле- і радіостанції, газети і журнали, видавництва, Інтернет тощо [62, ст. 8].

За останні роки країна зробила величезні кроки в напрямку засобів масової інформації. В умовах Китаю це було непросто втілити у життя, виходячи з територіального та людського чинників. Перш за все Китай – це величезна територія, 1,35 млрд населення. Друге - це десятки діалектів. І як все це вдалося охопити радіо- й телемовленням, провести Інтернет, налагодити доставку газет і журналів? Не дивлячись на це, Китай блискуче впорався з цими проблемами.

Відзначаючи пріоритет розвитку інформаційних технологій, влада заборонила всі політичні публікації, крім тих, які повністю підтримують лінію КПК. Закритий доступ до західних ЗМІ; провайдери і модератори повинні знищувати критику та негативні висловлювання на адресу влади, нецензурні слова та інші некоректні висловлювання [63, с.11]. Але як не дивно, значних акцій протестів з цього приводу в країні не спостерігається. А навіть навпаки – є зростання економіки і соціального забезпечення населення, яке вказує на добре продуману та ефективну інформаційну політику китайського керівництва.

Китайські газети і журнали, хоча і висвітлюють найрізноманітніші сфери наукового й суспільного життя, але й відіграють важливу роль у пропаганді політики партії і держави. Періодичні видання концентрують увагу читача на успіхах країни на нових досягненнях та поширюють наукові та культурні знання.

У Китаї існує чимало спеціалізованих періодичних видань: «Системологія і математика», «Комп'ютерна техніка», «Суспільні науки Китаю», «Юридичні науки», «Китайська жінка», «Китайська молодь», «Історичні дослідження», «Охорона навколишнього середовища», «Демократія і законність», «Народна література», «Сім'я», «Кіно для всіх», тощо.

Стосовно радіо, то в Китаї є державний орган - Центральна народна радіостанція, який працює з 5 грудня 1949 р. Радіостанція має сім самостійних програм, обсяг мовлення в середньому – 128 годин на добу. Передачі для співвітчизників на Тайвані відкриті Центральною народною радіостанцією 15 серпня 1954 р. Нині в ефір виходять дві програми, розраховані на різні суспільні прошарки Тайваню. Вони передаються на діалектах і покривають південно-східне узбережжя континентальної частини Китаю, південно-східну Азію і південну частину тихоокеанського регіону. Радіопередачі Міжнародного радіо Китаю (МРК) розраховані на зарубіжну аудиторію. Координаційні пункти МРК діють у найбільших містах світу. До них належать: Токіо, Париж, Ісламабад, Мехіко, Вашингтоні, Бангкок, Каїр, Москва, Нью-Йорк, Брюссель та ін. Міжнародне радіо Китаю співпрацює з радіомовними корпораціями більш ніж 60 країн і загальний обсяг програм становить близько 1 400 годин на рік. Міжнародне радіо Китаю віщає літературною китайською мовою (путунхуа) і чотирма китайськими діалектами, а також 38 іноземними мовами. МРК займає третє місце серед світових радіостанцій для зарубіжної аудиторії за обсягом мовлення і кількістю робочих мов.

Щодо телебачення КНР, то почалося мовлення у 1958 р., тобто була створена Пекінська телестанція. Тривалий час телебачення розвивалося повільно, що пов'язано з темпами розвитку економіки. Але з 80-х рр. XX ст. почався період стрімкого розвитку телебачення у Китаї. Намагання до кінця XXI ст. охопити телебаченням 90% населення країни фактично достроково виконано у багатьох регіонах.

Найбільша у світі телевізійна мережа, створена на базі Центральної, і 3 125 місцевих телевізійних станцій, системи супутникового і наземного зв'язку свідчать, що китайське телебачення має могутній потенціал.

Основним і найбільшим інформаційним агентством КНР є New China News Agency – офіційне інформаційне агентство КНР, що поширює офіційну, внутрішню і міжнародну інформацію. Також обслуговує друк, радіо і телебачення та передає інформацію за кордон.

Звісно для заходу політика влади Китаю стосовно ЗМІ здається неприйнятною. Це стосується регулятивної політики держави у сфері мас-медіа та значного впливу КПК на контент у медіа. З одного боку, уряд вкладає значні кошти і зусилля у розвиток теле- і радіомережі, створення власної кінопродукції. З другого боку – керівництво КНР зацікавлено в тому, щоб суспільство не виходило з-під контролю політичної системи; вони сподіваються використовувати Інтернет для вивчення настроїв прошарків населення, а також для організації ефективного зворотного зв'язку з державним апаратом і підвищення участі громадян у формуванні соціальної політики держави [63, ст. 15].

Але чи можна казати, що держава стримує свободу слова?

Розуміючи важливість і пріоритетність розвитку інформаційних технологій, влада заборонила всі політичні публікації, крім тих, які повністю підтримують лінію КПК. Також закритість доступу до західних ЗМІ і вимоги до провайдерів і модераторів стосовно знищення контенту, який не відповідає «державним вимогам» говорять про те, що свобода слова і доступ до відкритої інформації для китайців закриті.

Тому повертаючись до теми дипломної роботи слід зазначити, що під час торговельного конфлікту між США та Китаєм, народ Китаю не міг реально та об'єктивно оцінювати позиції та вичинки обох держав, адже знав про ситуацію лише з одного боку, і знання були обмеженими. Саме тому тут важко говорити про ставлення народу окремо до конфлікту між державами, бо картина світу для населення Китаю формується правлячими колами держави. Це не є погано і не є добре, це просто - інакше, не так, як у більшості цивілізованого світу. Китайські ЗМІ – це голос державних лідерів у Китаї.

У процесі інформатизації суспільства США перебуває постійно. У 1988 році Національна адміністрація США з телекомунікацій та інформації опублікували доповідь "NTIA Telecom 2000 report", де підкреслювалося, що телекомунікаційна й інформаційна інфраструктури життєво важливі для підтримки дієздатності американської та світової економіки. У 1994 р. віцепрезидент США А. Гор на конференції Міжнародного союзу підняв тему глобальної інформаційної інфраструктури. Уряд Америки визнав пріоритетними напрямками своєї політики розвиток національної та глобальної інформаційної інфраструктури. У 1993 році ця ініціатива почала реалізовуватися [66, с.16].

Щоб впливати на громадську думку на початку 2003 р. владою Сполучених Штатів було створено управління з поширення сприятливої інформації про США. У підписаній президентом Джорджем Бушем постанові підкреслюється, що відомство "повинне просувати американські інтереси не тільки в США а й за кордоном, запобігати неправильному тлумаченню офіційних заяв з Білого дому, створювати підтримку політиці США".

Стосовно самих ЗМК, то їх різноманіття видів нашоєхує на питання як всім вдається виживати у такін конкуренції. Переважна кількість щоденних видань, як стверджують самі американці, є більш серйозними, ніж популярними. Існує думка, що в Америці немає яскраво виявленої загальнонаціональної преси, як от ,наприклад, у Великобританії. Більшість

щоденних газет поширюються на місцевому або регіональному рівні. Тому, коли мова заходить про друк у США, прийнято говорити про усталену систему сильної регіональної преси.

У минулому регіони США мали різні умови для промислового розвитку, що головним чином зумовило появу сильної місцевої преси, яка згодом вийшла не лише на національний, а й на світовий інформаційний ринок.

Місцеві ЗМІ повідомляють про події місцевого значення, тоді як приблизно 10-15% газетного простору чи часу на радіо та телебаченні присвячується міжнародній інформації. І навіть ця невелика кількість інформації, як правило, «гаряча».

Згідно з дослідженнями американської організації Pew Research Center for the People & Press, у 2008 році Інтернет у США став більш важливим джерелом інформації, ніж щоденні газети. Близько 40% опитаних організацією заявили, що використовують для читання новин Інтернет-ресурси, такі як електронні версії звичайних газет або спеціалізовані веб-сайти. Лише 35% респондентів читають газети. Однак телебачення все ще є найпопулярнішим джерелом новин: 70 % опитаних повідомили, що стежать за новинами через телебачення. [66, с.12]

Чимало американських телеканалів та газет мають свої електронні додатки для мобільного телефону. Це спрощує шлях пошуку та отримання інформації споживачем. Тепер не потрібно виходити до поштової скриньки аби забрати ранковий випуск газети і прочитати її за сніданком або по дорозі на роботу. Світ розвивається тим самим спрощує певні процеси, такі як доступність і поширення інформації.

Інформаційне агентство США - USIA, United States Information Agency - орган зовнішньополітичної пропаганди США. Існувало з серпня 1953 року по 1 жовтня 1999 . Після розформування функції мовлення були передані Раді керуючих з питань мовлення (Broadcasting Board of Governors, BBG) - незалежному федеральному агентству, яке визначає політику

міжнародного мовлення США; а інформаційні функції були покладені на Державний департамент США.

В даний час система іноземного мовлення США об'єднує п'ять інформаційних служб, що підзвітні Раді. Три з них - "Голос Америки", Близькосхідна радіомовна мережа та "Радіо Марті" та "Телевізійна та кінослужба Worldnet" мають статус федеральних програм, тоді як "Радіо Свобода" / "Радіо Свобода" та "Радіо Вільна Азія" є приватними некомерційними організаціями. корпорації. Персонал цих служб налічує понад 3,3 тис. Співробітників, які займаються підготовкою та публікацією програм не лише англійською, але й 60 іноземними мовами, тривалість передачі 1750 годин на тиждень. Вони фінансуються з федерального бюджету як частина видатків уряду США на зовнішню політику.

Телебачення для американців стало своєрідним кумиром, якого шанує держава. За допомогою телебачення значною мірою формується громадська думка, уявлення американців про навколишній світ та події, які, як правило, відбуваються під прямим кутом у „реальній” ідеологічній перспективі. Середній та нижчий прошарки населення регулярно проводять години за переглядами телевізійних шоу та серіалів, які, до речі, теж мають вагомий вплив на світосприйняття, ставлення та формування поглядів населення.

Засоби масової інформації є посередником політичної влади і суспільства, суспільства і політичної влади і відіграють неабияку роль у процесі формування громадської думки. Професор Нью-Йоркського університету Артур Мейер Шлезінгер у своїх працях: "Історія президентських виборів у США 1789–1968", "Історія президентських виборів у США 1789–2000", "Нова історія політичних партій США", підкреслює, що без зв'язку між політиками та суспільством через ЗМІ не відбулися б жодні президентські вибори в США [67, с.475].

У Сполучених Штатах такий вид ЗМІ як телебачення створює ілюзію безпосереднього спілкування між суб'єктами політики. Це зумовлює

найбільший вплив телебачення на масову свідомість. Ось чому в США чи не найбільше розвинута індустрія різноманітних політичних шоу та дебатів.

Американські ЗМІ завжди відігравали неабияку роль у створенні громадської думки.

Багато людей, і в тому числі самі американці ототожнюють США із поняттям «демократія», американське суспільство з «демократичним суспільством». Але чи є місце цензури в демократичному американському суспільстві?

Цензурою в США називають контроль влади за змістом і розповсюдженням інформації з метою обмеження або недопущення поширення ідей і відомостей, визнаних цією владою небажаними. Хоча в США свобода слова і захищається Першою поправкою до Конституції США, але вона все ж обмежується низкою законів і судових рішень.

Як вже зазначалося вище, існує історично закріплена Першою поправкою до Конституції свобода слова і американські звичаї дозволяли вільно обговорювати практично будь-яку тему [69 с. 34].

Законом про шпигунство від 1917 року встановлювалося покарання до 20 років ув'язнення за «поширення неправдивої інформації про збройні сили США з метою перешкодити їх операціями, викликати бунт або перешкодити набору в армію». Незабаром його дію розширив акт про підривну діяльність 1918 року, що забороняє «вимовляти, друкувати, писати або публікувати будь-які нелояльні, непристойні, образливі або грубі тексти» про конституцію, уряд і збройні сили США. В даний час, суддя може заборонити розголошувати певну інформацію, якщо вважатиме, що це може перешкодити здійсненню правосуддя.

Взагалі у США є так звані не писані закони цензури, які забороняють говорити про расу та мовні бар'єри, це є не стільки заборонено, а просто не етично.

Хоча Сполучені Штати споконвіку звикли позиціонувати себе оплотом демократії і свободи. Зрозуміло, що загалом, це звучить утопічно,

ажде відданість свободі слова, совісті і іншим свободам є більш декларативною та існує лише до тих пір, поки влаштовує можновладців. Гарним прикладом може слугувати те, як американська пошукова мережа Google блокує, або приховує певні матеріали та відео, аргументуючи тим, що вони ніби несуть в собі підривний характер. Безумовно можна відкрито висвітлювати провокаційні факти про відомих та авторитетних осіб і важиві події, але вони мають бути чітко обґрунтовані та доведені, адже потім видання чи телеканал можуть потонути у позовах та судових засіданнях.

Загалом управління інформаційними потоками розглядається як мережевий процес. Суб'єктами інформаційної політики є: держава, засоби масової інформації, інститути громадянського суспільства, транснаціональні корпорації, великий бізнес, еліти, окремі групи і індивіди. Однак домінуюча роль належить саме державі в особі правлячої еліти. Суб'єктом інформаційної політики традиційно прийнято вважати засоби масової інформації. При цьому більшість фахівців в даній сфері, серед яких можна виділити Г. Тресса, Е. Максвела, С. Вальграфа і П. Ван Алста, розглядають цей процес як двосторонній. Дані дослідники схильні вважати, що в сучасному світі зростає медіатизація політики і засоби масової інформації все більше здатні впливати на прийняття політичних рішень, в тому числі і на міжнародному рівні.

У США існує два контури управління інформаційними потоками: перший відноситься до висвітлення подій на міжнародній арені, другий - до питань внутрішньої політики.

Процес управління інформаційними потоками розглядається з позиції двох основних теорій: «виробництво згоди» і «ефект CNN».

У своєму дослідженні Г. Тресса встановив, що засоби масової інформації в США відіграють важливу роль в процесі прийняття і легітимації рішень, у періоди криз ЗМІ повністю ретранслюють заяви Білого дому, так званний інформаційний порядок денний. Наприклад, після терористичних атак 11 вересня 2001 року американські засоби масової інформації

продемонстрували повну лояльність при висвітленні військових компаній на території рії Іраку, Ірану, Сирії, Афганістану, Пакистану і перш за все в боротьбі з терористичним угрупуванням Аль-Каїда. При цьому засоби масової ін формації не приділяли достатньої уваги аналізу ситуації, альтернатив ним точкам зору, практично не висвітлювали масові антивоєнні акції і позицію різних інститутів громадянського суспільства, які виступали проти прямого військового вторгнення.

Мобілізація засобів масової інформації в кризові періоди, особливо це проявляється саме в сфері міжнародних відносин, запускає в дію «потужну ідеологічну машину, що виробляю беззаперечну згоду громади (суспільства)» [70, с. 7].

Трохи інша точка зору представлена в теорії «ефекту CNN», відповідно до якої ЗМІ здатні впливати і змінювати державну політику. Засоби масової інформації здатні самостійно задавати порядок денний, виводячи на передній план ті чи інші питання, роблячи їх актуальними одночасно для великого числа громадян.

Загалом, ЗМІ є єдиним інструментом, що формує громадську думку з питань міжнародної політики, і саме в цій сфері вони мають найбільшу владу і здатність впливати, в тому числі і на прийняття державних рішень.

Грабер Доріс, американський політолог, підкреслюючи всепроникність американських ЗМІ, пише, що «засоби масової інформації не тільки головне джерело світогляду кожного американця, але також самий швидкий спосіб поширення інформації, у всьому суспільстві, а також найнадійніший спосіб тлумачення дій уряду США на міжнародній арені. ЗМІ в Америці перетворилися з сторожового пса, що стоїть на захисті свободи слова, в болонку, гавкаючий по команді Білого дому » [78, с. 4].

Найцікавіша робота, яка пропонує системний аналіз системи контролю інформаційного простору США, - це книга Едварда С. Хермана та Ноама Хомського «Виробництво Згода: політична економія ЗМІ », видана ще у 1988 році. У ній автори досліджують методи управління засобами масової

інформації, що склалися в США в ХХ ст., і пропонують «пропагандистську модель» ЗМІ з численними докладними прикладами.

Відповідно до цієї моделі більш демократичні суспільства, наприклад американське, використовують більш тонкі ненасильницькі методи управління інформаційним простором, на відміну від тоталітарних систем, де фізична сила може використовуватися, аби примусити населення до певних дій. Хомський заявляє, що «пропаганда в демократичному суспільстві є тим же, чим поліцейський кийок в тоталітарній державі» [78, с. 5].

Автор стверджує, що система ґрунтується на п'яти фільтрах, через які проходить будь-яка інформація, перш ніж буде опублікована в ЗМК. Саме ці фільтри дозволяють уряду США ефективно контролювати інформаційний простір в умовах відносно малої кількості формальних інституцій шовковичного та прямої цензури. Саме ці фільтри систематично спотворюють передачу інформації, підпорядковуючи її вимогам Білого дому.

Першим фільтром є власники засобів масової інформації. Автор зазначає, що більшість головних інформаційних агентств належать великим корпораціям, які так чи інакше пов'язані з правлячою елітою США і мають зацікавленість в постійному контакті з Білим домом. Така позиція повністю дискредитує тезу, що ЗМІ є гарантом дотримання інтересів суспільства [72, с. 8].

Другим фільтром є джерела фінансування, так як в країні не розвинені загальнонаціональні мережі ЗМІ даний фільтр впливає на величезну кількість маленьких ЗМІ, що діють на локальному рівні. Основним доходом ЗМІ є кошти, отримані від розміщення реклами. Таким чином, так як вони, орієнтуючись на збільшення ефективності реклами, доносять до читача не інформацію про справжній стан речей, а комерційний продукт. Модель вимагає, щоб вони транслювали новини, які відображають бажання і цінності фірм-рекламодавців.

Крім того, засоби масової інформації залежать від урядових установ і транснаціональних корпорацій, які є основним джерелом новин. Цей факт є найпотужнішим фільтром, так як ЗМІ, які висловлюють думку не відповідають інтересам даних структур, їх можуть відлучити від основних джерел інформації, внаслідок чого вони швидко втратять конкурентоспроможність.

Четвертим фільтром є різні групи тиску і так звані - лобі. Автор називає з «зенітною артилерією», нападаючої на масової інформації за уявний ухил.

Норма ідеології є п'ятим фільтром, через який проходить публічна інформація. Це означає, що будь-якого учасника або ЗМІ можна легко дискредитувати, запідозривши в поширенні ідеї тероризму чи зарозі Близького Сходу.

Усвідомлюючи відмінність інформаційних систем США та Китаю зробити прогноз щодо перебігу та результату інформаційної війни цих країн дуже складно.

В той час як китайські ЗМІ є голосом пралячих кіл Китаю та підкорюються державі – є пропаганда та цензура, у США інші умови існування ЗМІ.

Американським масмедіа характерні такі риси, як: переконання, маніпуляції, інавіювання тощо. Ця риторика для Трампа необхідна для забезпечення індустріального відродження країни. Вихід Сполучених штатів з китайського виробничого процесу стане суттєвим ударом по економічним позиціям Китаю. Трамп апелює національним протекціонізмом.

Ось наприклад Гонконгська газета South China Morning Post писала у квітні 2017 року, що, якщо Трамп введе каральні тарифи і бар'єри для торгівлі з Китаєм, то можна впевнено говорити, що Сі Цзіньпін відповість взаємністю, так і сталося.

Торговий конфлікт із США є центральним питанням Китаю вже кілька місяців. Відразу після початку торгової суперечки між двома країнами вона

самокритично висвітлювалась у китайських державних ЗМІ, але тон звіту поступово змінювався. Провладні ЗМІ в Китаї все частіше заявляють, що економіка США, споживачі та робітники в кінцевому рахунку програють у торговому суперечці. «Кинь камінь і вдари його в ногу» - це китайське прислів'я може описати головний лейтмотив повідомлень китайських державних ЗМІ.

Керівництво країн та партій у Пекіні неодноразово домовлялося, що торгова війна завдасть більшої шкоди США, ніж Китаю. Нещодавно державна компанія Global Times описала похмурі перспективи для США і написала, що торгова суперечка країни з Китаєм "найбільше вразить сім'ї середнього класу та найбідніших верств населення".

Однак у китайському суспільстві питання про можливі наслідки економічного конфлікту із США викликає занепокоєння та активно обговорюється населенням. Незважаючи на державну пропаганду в ЗМІ, все більше людей у країні, здається, готуються до найгіршого. Хоча Китай жорстко регулює валютний ринок, багато китайців намагаються конвертувати заощадження з китайських юанів у долари США, євро чи золото.

Підігривають неспокійні настрої і поширення у соцмережах повідомлень на цю тему, наприклад, про те, що менеджер китайської фондової біржі нібито намагався вивезти з країни велику кількість золота. Але це дійсно реальна новина, чи може це такий хід опонента у ході торгового та інформаційного протояття.

Китайське керівництво вже відреагувало на це і банкам забороняли процедури зняття коштів без попереднього затвердження рахунків на суму понад п'ять тисяч доларів США. Щоб залучити більшу суму, клієнтам банку доведеться детально пояснити, навіщо їм потрібна така велика сума американської валюти. Однак ці нові правила офіційно не запроваджені в Китаї, і їх повідомлення заперечуються як неправдиві.

"Торговельна війна, безумовно, викликала страх у населення", - вважає професор економіки Китайського народного університету Хуан Вейпінг. На його думку, штрафні мита, запроваджені США на китайські товари, насамперед є засобом ведення психологічної війни. "У торговельній війні між США та Китаєм психологічні ефекти переважають над фактичними. Хоча страх серед населення справді існує, але вплив на реальну економіку є мінімальним", - стверджує професор

Багатьом високопоставленим членам Компартії Китаю, які мають відношення до ухвалення рішень в країні, має бути чітко зрозуміло: через нинішній конфлікт зі США та посилення опору під час стратегічного поглинання фірм у Європі Китаю не вдасться вчасно досягти цілей, поставлених амбітною державною стратегією "Зроблено в Китаї", вважає Томас Єгер з Кельнського університету. "Але найпізніше до сторіччя заснування Китайської народної республіки, яке відзначатиметься в жовтні 2049 року, ця ситуація має змінитись. Тоді Китай прагнучиме не лише говорити на рівних зі США, але й домінувати у ключових технологічних сферах глобальної економіки", - вважає експерт.

Торговельна війна США та Америки стала фактором не тільки економічної, а й політичної безпеки. Тому що мобільні телефони, програмне забезпечення якими користується Америка і увесь світ виробляється в Китаї. І тому конфлікт набуває нового характеру, і з локального поступово набуває глобальних рис. І саме медіа і звертає нашу увагу на його значущість для глобальної безпеки. Можна сказати, що США стали заручниками власних стратегій економічного розитку. Гонитва за прибутком окремих компаній призвела до загроз національній безпеці. І будь який варіант домовленостей по торгівлі з Китаєм та інвестиціями не буде астабільним, тому що це гра в свої ж ворота. Китай – економічний і геополітичний конкурент, і не настане довготривалий компроміс у цьому процесі.

Ставлення до Сі Цзіньпіна та Китаю різко змінилося за останні роки

"Якщо Захід не хоче просто спостерігати за тим, як Сі Цзіньпін переробляє світ на свій розсуд, він повинен дати йому відсіч", - написала, зокрема, впливова швейцарська газета *Neue Zürcher Zeitung*, коментуючи давоську промову Сороса. У США подібні заклики стали вже звичною справою. Тепер вони дедалі частіше звучать і в Європі. Так, у січні фактично з тією ж вимогою - "дати відсіч Китаю" - до політиків Німеччини і всього Євросоюзу офіційно звернулося провідне об'єднання німецьких ділових кіл BDI у програмному документі [70, с. 2].

У листопаді 2018 року *Financial Times* писав про введення економічної цензури в Китаї, - "В останні місяці китайські чиновники, що відповідають за пропаганду, регулярно дають розпорядження не обмовляти на економіку". Також ЗМІ заборонено використовувати вираз "торгова війна" - маючи на увазі зростання мит на китайські товари Америкою. Мабуть, у Китаї готуються до серйозного просідання в економіці і бояться, щоб невдоволення громадян не перекинулося на політику " [70, с. 3].

Також історик Каміль Галеев з недавньої поїздки в Китай розповідав, що в Пекінському університеті через місцевий wi-fi доступні більшість заборонених в решті країни ресурсів - від Facebook до Youtube. [70, с. 3].

На думку автора книги «Розхитаний світ. Зовнішня політика Америки і криза старого ладу» Річарда Хааса, американського дипломата, доктора політичних наук, президента Ради з міжнародних стосунків недержавної організації, яка бере участь у формуванні зовнішньої політики США, не можна ігнорувати тривожні події і тенденції що склалися в сучасному світі, в тому числі посилення суперництва між кількома провідними державами поточної епохи, наростання розриву між глобальними завданнями і їх рішеннями, конфліктний потенціал ряду регіонів і політичні потрясіння в багатьох країнах, включаючи самі Сполучені Штати Америки [87, с.3].

У 2019 р. поглиблюється торговельна війна. Переговори зриваються, адміністрація Д. Трампа все таки підвищує тарифи на китайські товари на

суму 200 мільярдів доларів. У відповідь Китай ж оголошує про плани підвищення тарифів на 60 мільярдів доларів на американські товари. Президент Д. Трамп заявляє, що вважає, що високі витрати, накладені тарифами, змусять Китай зробити угоду вигідною для США, в той час як Міністерство закордонних справ Китаю заявляє, що Сполучені Штати мають «екстравагантні очікування» [91, с. 2].

Центральний банк Китаю знизив курс національної валюти, адміністрація Д. Трампа відзначила це як «валютне маніпуляторство» [12, с.49].

Тоді США ввели більше мит, але на рівні 300 млрд. Доларів, тому все, що імпортується США з Китаю, оподатковується. Тим часом Пекін попередив, що це призведе до потрясінь на фінансовому ринку. 15 січня 2020 року настав надзвичайний стан, коли президент Трамп та віце-прем'єр-міністр Китаю Хань Чжень підписали угоду, яка ознаменувала прорив у майже дворічній торговій війні між двома найбільшими економіками світу. Угода знижує деякі американські мита на китайський імпорт і зобов'язує Китай придбати додаткові американські товари на 200 мільярдів доларів протягом двох років, включаючи сільськогосподарську продукцію та автомобілі.

Китай також прагне захистити інтелектуальну власність. За кілька днів до підписання угоди США відмовилися призначити Китай як «валютного маніпулятора» [9, с. 2].

Щодо наслідків торгової війни, то вони є значними. Торговельна війна послабила світову економіку. Керуюча директорка Міжнародного валютного фонду К. Георгієва прокоментувала: «До 2020 року тарифи, вже введені або оголошені, зменшать світовий ВВП на 0,8%. Це еквівалентно всій економіці Швейцарії» [26, с. 3].

Через нестабільність відносин США та Китаю зросла невизначеність в інвестиційних настроях, а показники менеджерів із закупівель виробничих виробництв впали в усьому світі. Оновлення новин про поточну переговорну

ситуацію спричинили коливання цін на акції та премії на ризик цінних паперів [71, с. 115].

«Результати дослідження служать глобальним попередженням; торгова війна, яка є програвшою, не тільки завдає шкоди головним конкурентам, але також ставить під загрозу стабільність світової економіки та майбутнє зростання», – заявила директорка міжнародної торгівлі та товарів ЮНКТАД П. Кокс Гамільтон. «Ми сподіваємось, що потенційна торгова угода між США та Китаєм може знищити торговельну напругу» [70, с. 5].

Безсумнівно, "торгова війна" торкнулася як економіку США, так і Китаю. У США тарифна війна викликала велике занепокоєння у власників бізнесу та фермерів. Економічне зростання США сповільнилося. Перемир'я в торговій війні принесе настільки необхідне полегшення американським заводам і фермам.

Оскільки американські переговорники оголосили поновлення закупівель сільськогосподарської продукції з Китаєм "обов'язковою", угода розпочне процес відновлення життя сільськогосподарських угідь США. Зниження існуючих тарифів також полегшить американським виробникам-експортерам.

Найбільші втрати має Китай, оскільки як іноземні, так і вітчизняні інвестори будуть обережніше ставитись до капітальних витрат у Китаї. Втрати Китаю в основному пов'язані з експортними втратами. Найбільш постраждалим виробничим сектором у Китаї були комп'ютери та інше офісне обладнання та комунікаційне обладнання, де експорт з Китаю впав на 15 млрд доларів. Інші сфери, які «значно впали», включають хімікати, меблі, прецизійні прилади та електричні машини.

Віце-прем'єр-міністр Хань Чжен заявив Світовому економічному форуму, що торгова угода Китаю зі США не зашкодить конкуруючим країнам-експортерам. Він також пообіцяв зменшити бар'єри для іноземних інвесторів, окресливши прихильність Китаю світовій економіці [74, с. 24].

«Перша фаза торгової угоди» є позитивною для США, Китаю та світу. Зростання закупівель американських товарів у Китаї відповідає стандартам СОТ і не вплине на його імпорт з інших країн», - сказав Хан Чжень перед аудиторією в Давосі, Швейцарія [74, с. 29]. Американсько-китайські відносини різко погіршилися під час президентства Дональда Трампа, який пообіцяв у передвиборчій кампанії припинити, як він назвав, нечесну торговельну практику Пекіна.

Але навіть перемога його суперника Джо Байдена на президентських виборах у листопаді може не покращила відносин між двома країнами. США мають двосторонню підтримку жорсткішого підходу до Китаю.

Шанси Трампа перемогти демократа-конкурента Джо Байдена зменшились з тих пір, як коронавірус, що виник у центральному Китаї, вразив високорозвинену економіку США. Це зашкодило позиції Трампа напередодні виборів, оскільки економіка повинна була стати його сильною карткою.

З тих пір Трамп лише посилив тиск на Китай, "вдаривши санкції" щодо чиновників за порушення прав людини та обмеживши доступ технологічних компаній на ринок, посиляючись на проблеми національної безпеки. Трамп, з його твердою позицією щодо Пекіна, таким чином шукав підтримки виборців.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі досліджено як ЗМІ використовуються у якості інструменту ведення інформаційної війни у міжнародних конфліктах, зокрема у торговельному конфлікті між США та Китаєм.

1. Виокремлено інформаційні засоби ведення торговельних війн у сучасних економічних конфліктах. ЗМІ є невід'ємним інструментом ведення торгових війн. Саме тому, торгова війна, яка висвітлюється у ЗМІ та використовує масмедіа з метою пропаганди, дезінформації тощо, одразу перетікає в інформаційну війну. Першим інструментом слід виділити – спрощення - орієнтації матеріалу на найменш досвідченого члена суспільства, апелювання до емоцій, багатозначності підтексту, наявності напівтонів. Другим інструментом є перебільшення та перекручення інформації. Цей процес включає гіперболізацію та акцентування на подіях, не обов'язково значущих, але таких, що працюють на ідею. Також перекручення або допис матеріалу. Третій - замовчування. Четвертий інструмент - це гра на моральних принципах та стереотипах суспільства.
2. Виявлено особливості відносин США та Китаю. Хоча Сполучені Штати Америки і залишаються найбільш могутньою державою світу, проте їх частка в світовій могутності скорочується одночасно зі здатністю трансформувати значну міць, якою вони володіють і якщо США ближчим часом не наведуть лад у себе в країні і не дійдуть компромісу то світовий вплив перейде до Китаю, який вже наступає Америці на п'яти. КНР стала найбільшим у світі експортером товарів і послуг, а США – найбільшим споживачем товарів і послуг у світі.
3. Проаналізовано причини та наслідки конфлікту між США та Китаєм. Так би мовити торговельний конфлікт між США та Китаєм, це лише

видима частина айсберга. А під поверхнею води ховаються набагато серйозніші зміни, які напевно матимуть значні наслідки. Держави, які довгий час були домінуючими елементами міжнародних відносин, поступово втрачають частину свого впливу на інші інститути. Влада розподіляється сьогодні набагато ширше, ніж будь-коли в історії. Політичні лідери обох країн прагнуть розвитку та процвітання своїм державам. США, на чолі з Дональдом Трампом, прагне повернути виробничі процеси у країну, тим самим не давати виходити капіталу та не збагачувати державу-конкурента. Сі Цзіньпін же навпаки намагається вивести Китай новий рівень на міжнародній економічній арені, пропагандуючи відданість глобальній торгівлі, відкритим ринкам та міжнародній співпраці.

4. Дослідженню відображення у ЗМК торговельного конфлікту між США та Китаєм. Глобалізація та потоки інформації, стали тією дійсністю, яку уряд часто не в змозі контролювати, не кажучи вже про те, щоб керувати процесом. Розрив між викликами, породжуються глобалізацією, а ЗМІ тільки й виносять все на загальний огляд, роблячи локальні історії – глобальними. Цей конфлікт має глобальний характер у тому числі і через прискіпливу увагу ЗМК. Саме масмедіа є тими очима, через які не тільки світова спільнота сприймає даний конфлікт, а й населення самих країн-учасників. У публікаціях китайських медіа спостерігається інформаційна блокада, недоговорювання фактів та перекручування даних. ЗМІ у США навпаки зайняли більш агресивну позицію, через відкритість інформаційного простору. Для американських масмедіа є характерні різноманітні провокації, жартівливі карикатури політичного та економічного характеру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аль-Джазіри Ір Сейб Ф. Ефект: як нові глобальні медіа змінюють світову політику. - Potomac Books, Inc., 2008-09-30. - 241 с. - ISBN 9781597972000.
2. Акопов П. Китаїст Андрей Девятков: «Святая Русь и Китай когда-то жили в одном государстве» [Електронний ресурс] / Петр Акопов // Газета Культура. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://portal-kultura.ru/articles/country/47576-kitaist-andrey-devyatov-svyataya-rus-i-kitay-kogda-to-zhili-v-odnom-gosudarstve/>.
3. Андрей Девятков: Китай хитростью вынудил Россию продать С-400 [Електронний ресурс] // Правда.Ру. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: https://www.pravda.ru/news/expert/1237483-Andrej_Devjatov/.
4. Бебик, Валерій. Інформаційне суспільство Китаю: між безпекою та ринком [док. фільм]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=7OCY-jl1YvQ>
5. Бекер А. Давос-2019: новий погляд на Китай [Електронний ресурс] / Андреас Бекер // Deutsche Welle. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/давос-2019-новий-погляд-на-китай/a-47229856>.
6. Бекер А. Давос-2019: новий погляд на Китай [Електронний ресурс] / Андреас Бекер // Deutsche Welle. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/давос-2019-новий-погляд-на-китай/a-47229856>.
7. Бобух В. Китай в роки першої світової війни [Електронний ресурс] / Віталій Бобух // Все для історика. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: https://istoryk.at.ua/load/istorija_kitaju/9-1-0-93.
8. Брахма Челлани. История успеха Китая: “Произведено в США” [Электронний ресурс] / Б. Челлани. – 2012. – Режим доступа: <http://>

- www.project-syndicate.org/commentary/china-s-made-in-america-successstory-by-brahma-chellaney/russian. – Заголовок с экрана
9. В Китае запрещают писать об экономической войне с США [Электронный ресурс] // Новые известия. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://newizv.ru/news/world/16-11-2018/v-kitae-zapreschayut-pisat-ob-ekonomicheskoy-voyne-s-ssha>.
 10. В. В. Зимовець. Давоський міжнародний економічний форум // Енциклопедія сучасної України : у 30 т. / ред. кол. І. М. Дзюба [та ін.] ; НАН України, НТШ, Координаційне бюро енциклопедії сучасної України НАН України. — К., 2003–2016. — ISBN 944-02-3354-X.
 11. Вайшенберг З. Політика та медіа: Довідник/ Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен/ Перекл. з нім. П. Демешко та К. Макеев; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К.: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529 с.
 12. Волкогонов Д. А. Психологическая война: подрывные действия империализма в области общественного сознания — изд. 2-е, доп. — М., Воениздат, 1984. — 320. : (с.47-49).
 13. Гримська М.І. Еволюція зовнішньої політики КНР в умовах реалізації стратегії «чотирьох модернізацій»: дис. канд. політ. наук: 23.00.04 / Гримська Марта Ігорівна; ІМВ КНУ ім.Т.Шевченка. — К., 2009. — С. 44.
 14. Гриценко О., Шкляр. В. Суспільство та інформація: світовий контекст – К., 2002.
 15. Гуань Сюэлин. Почему Китай полон уверенности, проводя саммит G20 в Ханчжоу // Гуань Сюэлин, Юй Пэн // Китай. Иллюстрированный журнал. – No 10 (132), октябрь. — Пекин. — 2016.– С. 38.
 16. Гуріна Ніна. Інформаційне протиборство - один з головних напрямків політики сучасних міжнародних відносин [Електронне джерело]. — Режим доступу: http://www.experts.in.ua/baza/analytic/index.php?ELEMENT_ID=13657

17. Гурков А. Чому ліберальний Захід саме зараз усвідомив небезпеку Китаю? [Електронний ресурс] / А. Гурков, А. Сафаров // Deutsche Welle. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/чому-ліберальний-захід-саме-зараз-усвідомив-небезпеку-китаю/a-47313177>.
18. Гусаров В. Восточный фронт: информационное противостояние Москва-Пекин [Електронний ресурс]. // Український політик. – 2014. – 2 жовтня. – Режим доступу: <http://www.ukrpolitic.com/?p=2493>
19. Давыдов А. С. “Китайская головоломка” администрации Б. Обамы [Текст] / А. С. Давыдов // Азия и Африка сегодня. – 2010. – № 4. – С. 2– 8.
20. Давыдов А. С. США – КНР: партнерство или соперничество? [Текст] / А. С. Давыдов // Азия и Африка сегодня. – 2008. – № 6. – С. 2 – 10.
21. Джордж Буш-младший: Китай — соперник США [Электронный ресурс] // “Коммерсантъ”. – 2000. – № 29 (1914). – Режим доступа: <http://kommersant.ru/doc/140807>. – Название с экрана.
22. Діка Ольга. Інформаційна війна // Сучасні тенденції веб-комунікації. [Електронне джерело]. — Режим доступу: <http://webstyletalk.net/node/97>
23. Делюсин Л.П. Дэн Сяопин и реформация китайского социализма. М.: Муравей, 2003.
24. Дегтярев А.В. Дипломатическая подготовка визита Р.М. Никсона в КНР в 1972 г.: автореф. дис. ... канд. ист. наук. Томск, 2010.
25. Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Социокультурные механизмы установления повестки дня // Науч. ежегодник Ин-та философии и права Урал, отделение Рос. академии наук. 2001. No. 2. С. 15-31.
26. Ибраева Г. Региональные конфликты и средства массовой информации, [Електронне джерело]. — 2004. — Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/infowar3.htm>
27. Інформаційно-комунікаційна демократія [текст] : монографія. / за наук. ред. С.О. Довгого, Ред. колегія: Довгий С.О., Лісничий В.В., Бебик В.М., Радченко О.В. ; Інститут телекомунікацій і глобального інформаційного простору НАН України. – С. : Вид. СВС Панасенко І.М., 2015. – 420 с.

28. Казарновський П. Трамп підписав меморандум про введення торговельних обмежень проти Китаю [Електронний ресурс] / Павло Казарновський // РБК. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rbc.ru/politics/22/03/2018/5ab3e08c9a794775d5a21503>.
29. Каткова К. «Крупнейшая в истории»: Трамп розв'язав війну [Електронний ресурс] / Катерина Каткова // Газета.Ru. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gazeta.ru/business/2018/07/05/11827219.shtml>.
30. Китай подав иск в ВТО из-за новых пошлин США [Електронний ресурс] // РБК. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5b7ed1a99a794761428d6d4e>.
31. Король В. Регіональна економічна інтеграція у Великій Східній Азії: детермінанти та бар'єри / Володимир Король, Оксана Небильцова // Міжнародна економічна політика. — 2015. — № 1(22). — С. 102
32. Курилла И. И. Заокеанские партнёры: Америка и Россия в 1830 — 1850-е гг = Partners Across the Ocean: The United States and Russia, 1830s — 1850s / отв. ред. Н. Н. Болховитинов. — Волгоград: Волгоградский университет, 2005. — С. 339. — 488 с.
33. Кулябин А., Семин С. Противовес Азии. Завтра России. URL: <https://archive.md/20140508191621/>; <http://simon31.narod.ru/index.htm> (дата обращения: 13.09.2020).
34. Ліпкан В. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції [Електронний ресурс] / В. Ліпкан, Ю. Максименко, В. Желіховський. – Режим доступу: http://mobile.pidruchniki.com/15800119/politologiya/ponyattya_zmist_zagroza_informatsiy_niy_bezpetsi/
35. Макаров О. Удар на \$60 млрд: чем обернется торговая война между Китаем и США [Електронний ресурс] / Олег Макаров // РБК. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rbc.ru/economics/23/03/2018/5ab3dcce9a794774c773dc8a>.
36. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл ; перекл. з англ. О. Возна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.

37. Мартинов А. Ю. Давоський економічний форум // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. — К.: Наукова думка, 2004. — Т. 2 : Г — Д. — С. 280. — [ISBN 966-00-0405-2](#).
38. Мельников М. Прикладная конфликтология Права человека, 2006. – 158 с
39. Митко А. М. Політична комунікація як елемент інформаційної демократії / А.М.Митко// Слов'янський вісник: зб. наук. праць. Серія «Історичні та політичні науки». – 2011.– Вип. 12. – С. 213–215
40. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика : учеб. / С.А. Михайлов. – СПб. : Изд-во В.А.Михайлова, 2005. – 320 с.
41. Михайлов С.А. История зарубежных СМИ: учеб.пособ. – СПб.: Изд-во В.А.Михайлова, 2006. – 256с.
42. Моборн Р. Blue Ocean Strategy / Р. Моборн, К. Ві Чан. – США: Harvard Business Publishing, 2005. – 384 с.
43. Некляев С. СМИ как субъект информационно-психологической безопасности // Медиа-альманах. — М., 2003. — С. 25-27.
44. Нестерович В.Ф. (2016). Іноземне мовлення США у системі американської публічної дипломатії. Віче. № 7-8. с. 32–36.
45. Ноам Х. Государство будущего. М.: Альпина Паблишер, 2012. 474 с.
46. Петрів Т.І. Інформаційні процеси в контексті глобалізації. – К., 2003.
47. Попов В. И. Современная дипломатия: теория и практика: Курс лекций. [Текст]/ В. И. Попов. – Часть 1: Дипломатия — наука и искусство. ДА МИД РФ . – М. : “Научная книга”, 2000. – 576 с.
48. Повідомлення про Америку під час війни. Репортери. Пітер Арнетт. CNN і Live Покриття війни | PBS. www.pbs.org. Проверено 21 ноября 2017.
49. Порфімович О. Л. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Конфліктологія» для студентів — К. : СПД Цимбаленко Є. С., 2008. — с.
50. Просков Н. Новая Орда вместо Третьего Рима / Николай Просков. // Версия. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <https://versia.ru/voennogo->

alyansa-rossii-i-kitaya-ne-budet-u-nix-net-obshhix-vragov-andrej-devyatov.

51. Різун В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник/ Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр Вільної Преси, 2013. – 352 с.
52. Робінсон П. Ефект CNN: Міф новин, зовнішня політика та втручання. - Routledge, 2005-07-08. - 190 с. - ISBN 9781134513147.
53. Робінсон П. Ефект CNN: чи можуть засоби масової інформації провадити зовнішню політику? // Огляд міжнародних досліджень. - 1999. - Апрель (т. 25, № 2). - с. 301-309.
54. Русакова О. Ф. Концепт «мягкой» силы (soft power) в современной политической философии // Науч. ежегодник Ин-та философии и права Рос. академии наук. 2010. No. 10. С. 31-56.
55. Сливка В. Інформаційна війна проти України: міф чи реальність? [Електронний ресурс] / В. Сливка. – Режим доступу : <http://intkonf.org/slivka-vv-informatsiy-na-viyna-proti-ukrayini-mif-chi-realnist/>
56. СМИ: предотвращение конфликтов и постконфликтное восстановление [Электронный ресурс] : Цифровая библиотека Коммуникация и Информация / Барри Джеймс, Ирада Гусейнова // Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры. — 2006. — Режим доступа: <http://www.unesco.kz/cgi-bin/library?e=d-000-00---0ATACI--00-0-0--0prompt-10---6-----0-11--1-en-50---20-preferences---00031-001-1-1utfZz-8-00&a=d&cl=CL2.5&d=HASH01188c7be769a1d9a84130f2>
57. Срібняк І.В. Періодика країн далекого сходу: становлення, особливості розвитку, сучасний стан (XVIII – початок XXI ст.) / І.В. Срібняк ; Київ. нац. лінгв. ун-т; Нац. ун-т «Києво-Могилянська Академія» ; гол. ред. І.В. Срібняк // Українська орієнталістика : Збірник наукових праць викладачів та студентів Інституту східних мов Київського національного

- лінгвістичного університету і Національного університету «Києво-Могилянська академія». – К., 2007-2008. – вип. 2-3. – С. 160-175.
58. США и Китай обложили товары друг друга пошлинами. Начало торговой войны? [Електронний ресурс] // ВВС. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/russian/news-44497178>.
59. Тишков В. А. СМИ и конфликты / В. А. Тишков // Независимая газета. — 1994. 10 апреля.
60. У Сюцзюань. Информационное обеспечение политики китайского руководства на рубеже XX-XXI вв. [Електронний ресурс]. / У Сюцзюань. – Санкт-Петербург, 2010. – 207 с. – Режим доступу: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/informacionnoe-obespechenie-politiki-kitajskogo-rukovodstva-na-rubezhe-xx-xxi-vv.html>
61. ФАПСИ и информационная война // Новости разведки и контрразведки: Эксклюзивное интервью первого заместителя директора ФАПСИ В. Маркоменко. – 1997. – № 16 (97), 17 (98)
62. Фомін О. Сутність поняття «інформаційна безпека» [Електронний ресурс] / О. Фомін, О. Рось. – Режим доступу : defpol.org.ua/site/index.php/en/publikaci/doc_download/25
63. Хаас Р. Розхитаний світ. Зовнішня політика Америки і криза старого ладу / Річард Хаас. – Київ: Основи, 2019. – 376 с.
64. Харис Р. Психология массовых коммуникаций [Електронний ресурс] / Р. Харис. – СПб. : Пройм –ЕВРОЗНАК, М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2003. – 448 с. – Режим доступу : <http://evartist.narod.ru/text5/10.htm>
65. Хорошко В.О. Концепція застосування інформаційних впливів та протидії інформаційній зброї / В.О. Хорошко, Ю.Є. Хохлачова, М.І. Прокоф'єв // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення систем захисту інформації в Україні. – Вип. 1(31), 2016. – С. 9-24.
66. Хорошко В.О. Особливості застосування сучасної інформаційної зброї / В.О. Хорошко, Т.І. Козел, О.О. Ярошенко // Правове, нормативне та

- метрологічне забезпечення систем захисту інформації в Україні. Вип 1(29), 2015. – С. 9-15.
67. Хоруженко О. / Аспекти китайської геополітики [Текст] / О. Хоруженко // Визвольний шлях. – 2005. – Вересень-Жовтень. – С. 50 – 61. 7. Цзайци Лю Что впереди у КНР и США: вооруженный конфликт или потенциальный союз? [Текст] / Цзайци Лю // Мировая экономика и международные отношения. – 2005. – № 6. – С. 76 – 85.
- 68.Цатурян С. Девятов: Сговор США и Китая ведет к переделу Средней Азии и всего мира [Електронний ресурс] / Саркис Цатурян // EurAsiaDaily. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://eadaily.com/ru/news/2019/03/02/devyatov-sgovor-ssha-i-kitaya-vedet-k-peredelu-sredney-azii-i-vsego-mira>.
69. Чень Цзюнь. Структурні зрушення в зовнішній торгівлі КНР в сучасних умовах: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.02 / Чень Цзюнь; ІМВ КНУ ім.Т.Шевченка. — К., 2016. — С.11-12,16.
- 70.Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. – К.: Грамота, 2010. – 568 с
- 71.Як інтернет змінив медіа в Україні [Електронний ресурс] // Новое время. – 7. – Режим доступу до ресурсу: <https://biz.nv.ua/ukr/publications/jak-internet-zminiv-media-v-ukrajini-934104.html>.
- 72.1972 YEAR IN REVIEW [Електронний ресурс] // upi. – 1972. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.upi.com/Archives/Audio/Events-of-1972/Nixon-Goes-to-China>.
- 73.Chandran N. China announces it's imposing new tariffs on 128 US products [Електронний ресурс] / N. Chandran, E. Rosenfeld // CNBC. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.cnbc.com/2018/04/01/china-announces-new-tariffs-on-us-meat-and-fruit-amid-trade-war-fears.html>.

74. China's International Economic Development 30 Years / Wang Xiuli. — China International Economic Cooperation Association Writing Group. — Singapore: Xinhua Cultural Enterprises, 2012. — 222 p.
75. China's International Economic Development 30 Years / Wang Xiuli. China International Economic Cooperation Association Writing Group. — Singapore: Xinhua Cultural Enterprises, 2012. — P. 30-31.
76. Clayton Dube. Getting to Beijing: Henry Kissinger's Secret 1971 Trip . USC US-China Institute (21.07.2011).
77. Crosbie V. What is New Media [Электронный ресурс] / Crosbie. – 2002. – Режим доступа до ресурсу:
http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what_is_new_media.p hp.
78. Diamond J. Trump: 'We can't continue to allow China to rape our country' [Электронный ресурс] / Jeremy Diamond // CNN. – 2021. – Режим доступа до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2021/politics/donald-trump-china-rape/index.html>.
79. DiChristopher T. Trump's solar tariffs could put the brakes on rapid job growth in renewable energy [Электронный ресурс] / Tom DiChristopher // CNBC. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.cnbc.com/2018/01/23/trumps-solar-tariffs-could-slow-down-rapid-renewable-job-growth.html>.
80. J. Trump D. Presidential Memorandum on the Actions by the United States Related to the Section 301 Investigation [Электронный ресурс] / Donald J. Trump // Whitehouse. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/presidential-memorandum-actions-united-states-related-section-301-investigation/>.
81. Mason J. Trump orders probe of China's intellectual property practices [Электронный ресурс] / J. Mason, L. Wroughton // Reuters. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.reuters.com/article/us-usa-trump-trade-china-idUSKCN1AU23N>.

82. Mayeda A. Kudlow Sees No Letup in China Talks as Both Sides Cite Progress [Электронный ресурс] / Andrew Mayeda // Bloomberg. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-04-04/trump-says-china-trade-deal-isn-t-ready-but-may-be-monumental>.
83. Mullen J. China blasts Trump's new trade tariffs [Электронный ресурс] / Jethro Mullen // CNN Business. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2018/march/president-trump-announces-strong>.
84. President Trump Announces Strong Actions to Address China's Unfair Trade [Электронный ресурс] // The Office of the United States Trade Representative (USTR). – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2018/march/president-trump-announces-strong>
85. President Trump Approves Relief for U.S. Washing Machine and Solar Cell Manufacturers [Электронный ресурс] // The Office of the United States Trade Representative (USTR). – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2018/january/president-trump-approves-relief-us>.
86. Schlesinger A.M. History of American Presidential Elections 1789– 2000. – N. Y., 2001.
87. Schlesinger A.M. Newest History of U.S Political Parties 2001 – N. Y., 2001
88. The People's Republic of China [Электронный ресурс] // The Office of the United States Trade Representative (USTR). – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://ustr.gov/countries-regions/china-mongolia-taiwan/peoples-republic-china>.
89. Theodore Draper. Little Heinz And Big Henry. The New York Times (September 6, 1992).
90. Trump accuses China of 'raping' US with unfair trade policy [Электронный ресурс] // BBC. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.bbc.com/news/election-us-2016-36185012>.

91. Trump D. I told Rex Tillerson, our wonderful Secretary of State [Электронный ресурс] / Donald Trump // Twitter. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/914497877543735296>.
92. US publishes list of 1,300 Chinese goods worth US\$50b to be targeted by tariffs [Электронный ресурс] // Straitstimes. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.straitstimes.com/asia/east-asia/us-publishes-list-of-1300-chinese-goods-to-be-targeted-by-tariffs>. :