

### **Доктрина «Трьох війн» КНР як глобальна стратегія впливу на міжнародній арені**

*Акцентовано увагу на історичних особливостях запровадження доктрини «Трьох війн» КНР. Досліджено суть та випадки використання Китаєм даної концепції.*

Наприкінці 2003 року Центральна військова рада Китаю під керівництвом Цзян Цземіня схвалила керівну концепцію інформаційних операцій Народно-визвольної армії Китаю - «Правила політичної роботи НВАК». «Три війни», що включають в себе психологічну війну, медіа війну та юридичну війну, стали критично важливими компонентами стратегічного та оперативного підходу Китаю в Південнокитайському і Східнокитайському морях, проти Тайваню, під час інциденту довкола долини Доклам в Індії тощо, а також для врегулювання внутрішніх проблем КПК.

Головною метою запровадження та використання доктрини «Трьох війн» є створення вигідних умов вирішення або ведення конфлікту не у військовій площині, а в політичній, що дозволяє формувати наративи, що служать інтересам Китаю та підривають волю та дії противника. Для цього КНР використовує увесь спектр маніпуляцій та дезінформацій в медіа середовищі, правовій системі та застосовує психологічний тиск на супротивника для досягнення мети.

Операції впливу на поведінку та переконання супротивника мають довгу історію в китайській стратегічній та військовій думці. Ще кілька тисячоліть тому у Стародавньому Китаї «Мистецтво війни» Сунь-Цзи став першим з семи військових класичних творів Китаю. У трактаті наголошувалося: «Здобути перемогу в боях – це не край мистецтва. Підкорити суперника без бою – ось вінець мистецтва». Наскрізьною ниткою в сюжеті проходить головна ідея твору – «переможна армія здобуває перемогу ще до початку битви». Цей глибокий історичний досвід продовжує служити лідерам Китаю і по сьогодні. З самого початку китайської революції Мао Цзедун і Комуністична партія Китаю (КПК) намагалися використовувати іноземну та внутрішню аудиторію, щоб сформувані історію революції, отримати підтримку населення та дискредитувати своїх супротивників.

Медіа війна (також відома як війна громадської думки) спрямована впливати на громадську думку з метою заручитися підтримкою населення політичних і військових дій партії та відмовити супротивника від дій, які суперечать інтересам Китаю. Медійна війна використовує всі канали поширення інформації, включаючи фільми, телевізійні програми, книги,

Інтернет і глобальну мережу ЗМІ. Цілі медіа-війни – зберегти моральний дух власного населення, заручитися його підтримкою та послабити бажання ворога до боротьби.

Китайська пропаганда націлена як на зовнішню, так і на внутрішню аудиторію, виставляючи КПК єдиним законним правонаступником довгої історії та традиційної культури Китаю, а також шляхом позитивного та вибіркового представлення політики та принципів партії. Загальні пропагандистські теми підкреслюють політичні, економічні, технологічні, військові та культурні досягнення КПК, щоб представити образ політичної стабільності, процвітання, внутрішньої гармонії та військової сили. Для зовнішньої аудиторії пропаганда КПК представляє Китай як країну з довгою історією «дружби з миролюбними країнами світу», лідери якої заслуговують на довіру. Також медіа війна виступає так званим підґрунтям для проведення психологічної та правової війни, так як формує та поширює відповідні наративи та ідеї, які будуть виступати основою для проведення різноманітних політичних та інформаційних маніпуляцій у майбутньому.

Прикладом китайської пропаганди націленої перш за все на західну аудиторію є рекордна рекламна кампанія вартістю 500 мільйонів доларів, що була проведена КНР у 2018 році. Відповідно до настанови Голови партії Сі Дзіньпіна «добре розповідати історію Китаю», КПК не тільки використовує власні ЗМІ для досягнення цієї цілі, а й навчає та підкуповує іноземних журналістів, купує місця в закордонних ЗМІ та розширює свої державні медіа мережі до безпрецедентних масштабів. Головною метою такої стратегії є побудувати новий глобальний наратив про Китай, одночасно кидаючи виклик та поширюючи сумнів у ліберальній демократії як ідеальній політичній структурі розвитку сучасного світу.

Психологічна війна має глибоке коріння в класичній китайській стратегії. Сучасні концепції психологічних операцій, як правило, спрямовані на моральний стан супротивника і використовують безліч інструментів, включаючи телебачення, радіомовлення, гучномовці, листівки та різноманітні військові операції. Академія військових наук НВАК метою психологічної війни визначає «вплинути, стримати та/або змінити думки, емоції та звички противника». Психологічна війна спрямована на те, щоб зруйнувати апарат прийняття рішень супротивником і підірвати здатність противника вести військові операції шляхом деморалізації ворожого військового персоналу та цивільного населення. Операції психологічної війни спрямовані на те, щоб створити сумніви, розпалювати настрої проти лідерів, а також змінити чи сформувати уявлення про уряд противника чи громадськість.

Найбільш результативним та успішним для Китаю прикладом психологічної війни є інцидент довкола судна з Японією. 22 вересня 2010 року у відповідь на арешт Японією капітана та екіпажу китайського траулера, що знаходився неподалік островів Сенкаку щодо яких КНР має територіальні претензії, Китай запровадив двомісячну неофіційну заборону на експорт

рідкоземельних елементів до Японії. Внаслідок цього незабаром Японія звільнила екіпаж і капітана траулера з-під варти. У Китаї ці події сприйняли як дипломатичну перемогу, тоді як в Японії реакція уряду на інцидент викликала докір власного населення. Використання «стратегічного природного ресурсу» Китаєм продемонструвало точний та примусовий ефект впливу останнього на економіку супротивника.

Правова війна це використання національного законодавства, міжнародного права тощо з метою відстоювання власних інтересів у правовій сфері та юридичного обґрунтування власних дій, створення сумнівів серед супротивника, його військових і цивільних органів влади, а також сумнівів серед міжнародної спільноти щодо виправданості дій опонента. Інструментами правової війни є внутрішнє законодавство, міжнародне законодавство, судове право, судові рішення, використання діяльності правоохоронних органів тощо, які можуть використовуватися окремо або в поєднанні для досягнення відповідних цілей. Зазвичай правова війна не виникає сама по собі, а є частиною більшої військової кампанії чи кампанії боротьби з громадською думкою/ЗМІ.

Правова війна відображає як традиційні китайські, так і марксистські погляди на те, що закон має служити ідеологічним інструментом політики. КПК завжди розглядала закон як інструмент управління, а не як інструмент, який накладає будь-які обмеження на партію. З точки зору Китаю, правова війна зосереджена на досягненні певної раніше визначеної мети, дозволяючи КПК зберігати політичну ініціативу в будь-якій суперечці.

Зусилля Китаю переосмислити Конвенцію ООН з морського права з метою зміни морських кордонів у Південно-Китайському морі — є прикладом правової війни Китаю. Скоординовані зусилля юридичних експертів спрямовані на тлумачення Конвенції ООН з морського права всупереч давно прийнятим нормам свободи судноплавства та територіальних обмежень у бік збільшення суверенної влади держави до 200 морських миль, повітряного простору над нею і, можливо, космічного простору. Загалом китайська інтерпретація Конвенції ООН означає, що Китай готовий зміцнювати та всіляко підкреслювати власний суверенітет у Південнокитайському морі й відстоювати свої інтереси й надалі.

Отже, давня традиція китайської стратегічної думки та військового мистецтва дозволила КНР створити ефективну нелінійну стратегію інформаційного та політичного впливу на опонента. Доктрина «Трьох війн», а саме стратегія використання психологічного, медіа та правового впливу на суперника, використовується та буде використовуватися й надалі як ефективний та перевірений метод досягнення різноманітних цілей національної безпеки Китаю усіма засобами, окрім збройного конфлікту. Зростаюча актуальність «Трьох війн» заслуговує на постійну увагу аналітиків, які прагнуть зрозуміти, як Китай намагатиметься формувати, підходити та досягати успіху в різних ситуаціях.

### Список літератури

1. Валюшко І. О. Еволюція інформаційних війн: минуле і сучасність. Дипломатична академія України при МЗС України. Київ, 2015. С. 127-134;
2. China's multi-billion dollar media campaign 'a major threat for democracies' around the world. URL: <https://www.abc.net.au/news/2019-02-08/chinas-foreign-media-push-a-major-threat-to-democracies/10733068> (дата звернення: 03.09.2022);
3. Dhruv C Katoch-. Countering China's «Three Warfares» Strategy. *Scholar warrior*. 2018. P. 8-15.
4. Edwin S. Cochran. China's «Three Warfares»: People's Liberation Army Influence Operations. *International Bulletin of Political Psychology*. 2020. Vol. 20. Article 1. P. 1-24.
5. Nagender S.P., Jain R., Gambhir V., Doklam Plateau and Three Warfares Strategy. *China report* 55. 2019. № 4. P. 293–309;
6. Timothy A. Walton. China's Three Warfares. Delex Consulting, Studies, and Analysis. 2012. P. 1-12.