

ства, а также по своей инициативе проводит самостоятельную проверку информации в интернет-медиа, запрещает блогерам публиковать неуместные высказывания, онлайн-хостингам — выступать с высказываниями, не соответствующим партийному курсу, а средствам массовой информации — вести ложную пропаганду. Кроме того, в сотрудничестве между государством и предприятиями была продвинута онлайн-система реальных имен, с тем чтобы каждый издатель и отправитель информации мог нести ответственность за содержание опубликованной в Интернете информации и совместными усилиями всех сторон создавалась здоровая интернет-среда.

На основе исследования мы пришли к выводу, что регулирование интернет-медиа Китая осуществляется тесным взаимодействием правительства и предприятий.

Тан Цзыюэ

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: к. полит. н., ст. преп. Лай Линчжи

## СМИ КНР в Африке

В последние годы наблюдается стремительное развитие китайско-американских отношений, увеличивается объем экономической помощи Китая африканским странам, учащается торговый обмен и коммерческое сотрудничество между двумя сторонами. На данном фоне особенно важно, чтобы Африка услышала голос Китая и мир справедливо и объективно освещал данные двухсторонние отношения. В связи с этим китайские СМИ прилагают усилие в расширении присутствия в Африке.

В данной работе методом мониторинга и анализа научной литературы по теме определены влиятельные СМИ Китая, функционирующие на территории Африки, а также изучены их популярность и влияние на местных жителей.

С начала нынешнего века почти все крупные государственные СМИ КНР начали определять собственное присутствие на территории Африки. В 2006 г. государственное информационное агентство Китая «Синьхуа» перевело все свои редакции для стран Африки к югу от Сахары из Парижа, где они находились десятилетиями, в Найроби; центральное телевидение Китая CCTV в 2012 г. открыло центр производства и вещания в столице Кении; международное радио Китая CRI, вещающее на африканском континенте с 1960-х гг., в настоящее время управляет многоязычной FM-станцией в Кении и имеет значительное влияние в других частях данного региона, включая франкоязычной Западной Африки; газета China Daily и журнал Chinafrica также начали работу в Африке с 2012 г. Все эти усилия официальных китайских СМИ функционируют под правительственной поддержкой Китая и направлены на расширение информационного присутствия страны в Африке и укрепление ее права голоса в глобальных дискуссиях о ее взаимодействии с миром и, более конкретно, с африканскими странами.

Об уровне влияния на местную аудиторию функционирующих в Африке китайских СМИ в академических кругах существуют огромное количество научных работ. Результаты исследования Ли Хуэйлян и Гун Юйхуа [1], полученные на основе опроса 266 человек разных профессий из 37 стран Африки, например, показывают, что 33,8% африканской аудитории общались с китайскими СМИ менее года, 30,8% — от 1 до 3 лет, 21% — более 5 лет и 14,3% — от 3 до 5 лет; африканская аудитория в основном положительно относится к китайским СМИ, при этом особенно отмечает такие их качества, как профессионализм, инновационность, эффективность и объективность. По мнению местной аудитории, одной из главных проблем китайских СМИ заключается в том, что они уделяют внимание в основном новостям, касающимся Китая, и в меньшей степени рассказывают о других глобальных проблемах. Насчет авторитетности и достоверности китайских СМИ по сравнению с не китайскими СМИ, согласно результатам того же опроса, 52,3% аудитории предпочитают китайские СМИ, а 47,7% — не китайские. В четверку телеканалов,

предпочитаемых африканской аудиторией, вошли BBC (51,1%), CCTV (47,7%), CNN (44,7%) и Al Jazeera (38,7%).

В целом, китайские СМИ в последние годы успели расширить аудиторию в Африке, достигли определенных успехов в процессе выхода в данный регион и сыграли положительную роль в формировании положительного имиджа КНР, но их влияние все еще отстает от таких традиционных медиа-гигантов, как BBC и CNN.

### Литература

1. Ли Хуэйлян, Гун Юйхуа. Обзор и размышление о китайских СМИ, выходящих на глобальный уровень в Африке // Электронное издательство китайских академических журналов. 2021. № 5. С. 58–60.

### У Хуэй

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: к. полит. н., ст. преп. Лай Линчжи

## ХАРАКТЕРИСТИКИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СМИ Индии

Актуальность выбранной тематики в первую очередь обусловлена тем, что Индия занимает второе место в мире по численности населения и седьмое по территории и по обоим показателям является крупнейшей страной Южной Азии, а ее медийная индустрия отличается уникальными национальными чертами. Рассмотрение характеристики функционирования СМИ в Индии содействует углубленному пониманию современного общества данной страны.

На основе анализа научной литературы и обобщения получены следующие выводы:

1. Индийская система информирования населения является одной из старейших в мире. Она зафиксирована еще до правления Ашоки. В данный момент медиасистема Индии состоит из