

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, входящих 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

нескольких видов средств массовой информации: газеты, журналы, телевидение, радио, и интернет-сайтов.

2. Индия — одна из самых развитых стран мира в области печатных СМИ. Традиционные печатные СМИ, а также телевизионные СМИ страны в основном являются семейным бизнесом и часто подвергаются самоцензуре — в первую очередь из-за политических связей владельца и истеблишмента. Новые средства массовой информации как правило являются более профессиональными и относительно свободными в процессе функционирования. Однако они также и подвергаются жесткому контролю со стороны правительства.

3. Языки, на которых работают индийские СМИ, чрезвычайно разнообразны.

4. Основным источником финансирования индийских СМИ в данный момент все еще остается реклама.

5. Правительство Индии утверждает, что СМИ страны обладают абсолютной свободой. Индийские СМИ, с одной стороны, действительно обладают определенными демократическими элементами. Однако «критика» индийских СМИ в адрес правительства, по сути, является лишь отражением борьбы между оппозиционной и правящей партией страны. Положительное влияние свободой СМИ такого рода на политическое, экономическое и социальное развитие страны в целом неочевидно.

А. В. Фадеева

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: к. полит. н., доц. А. В. Байчик

РЕТРОСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ

В данной работе рассматривается динамика изменений корейской модели журналистики и влияние политических и экономических изменений в стране на процессы ее развития.