

**Вещание китайских медиакомпаний на зарубежную аудиторию (анализ телевизионного рынка)**

**Научный руководитель – Черевко Тарас Сергеевич**

**Ян Юе**

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

*E-mail: 419661378@qq.com*

Процессом глобализации и интернетизации в значительной степени влияют на рынок китайских медиа. В последние годы все больше китайских СМИ пытаются создавать и ретранслировать медиаконтент на зарубежные рынки. Среди наиболее заметных игроков в этом сегменте стоит выделить ССТV Центральное телевидение Китая (государственная компания), СМИ компания Phoenix (частная компания) и Xinhua News Agency (государственная компания). Задача данного исследования: анализ СМИ КНР, которые вещают на зарубежную аудиторию, фиксации особенностей данного коммуникационного процесса.

Самым крупным игроком в этом сегменте является ССТV. Международное вещание осуществляют несколько телеканалов компании ССТV: ССТV-4 (вещание на китайском), ССТV News, ССТV-9 Documentary, ССТV-E (вещание на испанском), ССТV-F (вещание на французском), ССТV-Русский (вещание на русском).

Все перечисленные каналы подчинены зарубежному центру ССТV, который в том числе выполняет задачи внешней пропаганды. Зарубежный центр ССТV контролирует зарубежное вещание, создает условия для трансляции по всему миру, реализует обмены телевизионным контентом, принимает иностранные съемочные группы. Кроме того, зарубежный центр ССТV регулярно публикует программу "китайское телевидение" для международных ежедневных изданий США и других стран. На данный момент ССТV на постоянной основе вещает в 13 странах мира, имеет 14 пунктов зарубежных репортеров, 32 постоянных корреспондентов, 2 тайваньских репортеров. Результаты наблюдения свидетельствуют о том, что ССТV главным образом представляет точку зрения китайского государства и политику коммунистической партии Китая.

Новостное агентство Синьхуа, вторая государственная медиакомпания, вещающая на зарубежную аудиторию. Агентство Синьхуа, созданное Коммунистической партией Китая, является китайским национальным информационным агентством, считается официальным «голосом правительства» КНР.

Агентство Синьхуа имеет более 100 пунктов по всему миру, в каждой провинции материкового Китая, муниципалитете, автономном районе. Материалы агентства Синьхуа создаются на английском, французском, испанском, русском, арабском и португальском языках. Синьхуа уделяет значительное внимание укреплению международных обменов, Синьхуа является членом многих международных коммуникационных организаций, имеет соглашения о сотрудничестве в области обмена информацией, обмена кадрами и технического сотрудничества с информационными агентствами в более чем 100 странах мира. Наряду с государственными медиакомпаниями стоит отметить частную телевизионную компанию Phoenix, которая также осуществляет вещание на зарубежную аудиторию. Phoenix TV

Еurore является лидером в области китайских СМИ в Европе, предоставляя соперативную информацию о политике и культуре для десятков миллионов зрителей в Европе и Африке. Основная декларируемая цель Phoenix TV Europe - построение площадки для культурного обмена между Китаем и Западом.

Phoenix TV Europe стремится содействовать экономическому партнерству и культурному обмену между Китаем, Европой и Африкой. Благодаря тесным связям с дипломатическими и торговыми институтами и миллионами китайцев в Европе Phoenix TV Europe стала мощной мультимедийной платформой для китайских компаний, чтобы выйти на европейский рынок, помочь китайским компаниям и провинциям повысить общественный престиж и открыть новые торговые и инвестиционные возможности в Европе. Расширяющаяся сеть охвата аудитории в Африке также создает эффективную информационную коммуникационную платформу для быстро развивающейся экономики Китая и Африки. Вещание канала осуществляется на китайском языке.

Еще один телеканал компании Phoenix - Phoenix North America Chinese Channel. Был основан в 2001 году в Гонконге при сотрудничестве с DIRECTV, крупнейшей компанией прямого теле-радиовещания в США.

Тот факт, что Phoenix - коммерческая медиакомпания сказывается на контенте, который ее телеканалы транслируют на зарубежную аудиторию. Уже в первом приближении видно, что материалы данных телеканалов более объективны, менее политизированы, адаптированы для зарубежного зрителя.

Анализ особенностей вещания китайских медиакомпаний на зарубежную аудиторию позволяет нам понять, как меняются политика и стратегии коммуникации КНР с другими странами. Список литературы 1. Су Юйфан Масс-медиа КНР в условиях глобализации //Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал) №9(17), 2012 2. Хао Сяомин , Ли Чжань Вызовы коммуникационной техники на систему СМИ материкового Китая // Исследования журналистики. № 69. 2000. С. 96. 3. Чжан Исяо Анализ СМИ КНР изменений Бюро на основе стратегии <один путь один пояс> // Журнал Новости исследований-2018-№9

### Источники и литература

- 1) Су Юйфан Масс-медиа КНР в условиях глобализации //Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал) №9(17), 2012
- 2) Хао Сяомин , Ли Чжань Вызовы коммуникационной техники на систему СМИ материкового Китая // Исследования журналистики. № 69. 2000. С. 96.
- 3) Чжан Исяо Анализ СМИ КНР изменений Бюро на основе стратегии // Журнал Новости исследований-2018-№9