

## РОССИЯ–АФРИКА: БЕЗОПАСНОСТЬ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ СУВЕРЕНИТЕТ И ГУМАНИТАРНЫЕ ЦЕННОСТИ

### КИТАЙСКОЕ МЕДИАПРИСУТСТВИЕ В АФРИКЕ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И УРОКИ ДЛЯ РОССИИ

© 2024 г. О.Л. Фитуни<sup>а,\*</sup>

<sup>а</sup>Институт Африки РАН, Москва, Россия

\*E-mail: o-l-fit@yandex.ru

Поступила в редакцию 16.05.2024 г.

После доработки 18.05.2024 г.

Принята к публикации 31.05.2024 г.

Реализация геополитических целей России, защита ею национальных интересов, борьба с антироссийской пропагандой и дезинформацией, воспрепятствование искажению и переписыванию истории немислимы без полноценного развития глобального российского медиаприсутствия. Это особенно актуально для динамично развивающегося в последнее время африканского вектора национальной геополитики. Китай, для которого Африка в начале XXI в. стала одним из приоритетных внешнеполитических направлений, уделяет значительное внимание роли СМИ, планомерно расширяя медиа-присутствие на континенте. Успехи КНР в этой сфере вызывают обеспокоенность стран Запада, в особенности США, которые разрабатывают стратегию противодействия “китайскому медианаступлению на Африку”. При этом, несмотря на большие объёмы инвестирования Китая в медиасотрудничество с Африкой, однозначно говорить о его полном успехе сложно: исследования показывают, что узнаваемость китайских СМИ в Африке всё ещё невысока, а многие африканцы считают их необъективными и ангажированными. По мнению автора, России при разработке собственной медиастратегии в Африке следует учитывать опыт Китая и заимствовать его наиболее успешные элементы.

**Ключевые слова:** Китай, Африка, китайско-африканские отношения, СМИ, медиастратегия, медиаприсутствие, телекоммуникационная инфраструктура, новые медиа.

**DOI:** 10.31857/S0869587324060065, **EDN:** FNWCVZ

Значимость Африки в мировой экономике и геополитике с начала XXI столетия стремительно растёт. “Вопреки инерционным представлениям о ней тех, кто пребывает в плену стереотипов 70–80 гг. прошлого века, Африка уже вступила на этап индустриального подъёма и ускоренной модернизации производственного потенциала. Экономический рост континента ускоряется, в том числе благодаря быстро расширяющемуся среднему классу, который

предъявляет повышенный спрос на потребительские и новые инвестиционные товары, а также на современные услуги” [1, с. 18]. Уже сейчас на Африку приходится свыше 18% мирового населения, а к 2050 г., по оценкам ООН, эта доля превысит 26%, Африканский континент станет важнейшим источником трудовых ресурсов и рынком сбыта товаров и услуг. 1 января 2024 г. в число членов БРИКС вошли Египет и Эфиопия, в результате доля африканских стран в межгосударственном объединении увеличилась до одной трети. (Напомним, что БРИКС, если оценивать роль этой сравнительно новой организации в современных международных отношениях, не уступает, а иногда и превосходит по своему влиянию и значимости “старых” глобальных игроков, таких как “Большая семёрка” [2, с. 18–20].) Можно констатировать: Африка постепенно превращается в один из центров нового многополярного мира, причём этот процесс, несмотря активное сопротивление ему лидеров однополярного миропорядка, по всей вероятности, необратим.



ФИТУНИ Ольга Леонидовна — научный сотрудник Центра изучения российско-африканских отношений и внешней политики стран Африки ИАФР РАН.

Для России, исторически имевшей тесные политические, экономические, гуманитарные связи со странами континента, сотрудничество с Африкой представляется одним из важнейших векторов национальной внешней политики — не только в связи с ростом значимости Глобального Юга на мировой арене, но и в силу радикального обострения конфликта интересов со странами Запада, назревавшего на протяжении двух последних десятилетий и прорвавшегося в виде резкой эскалации украинского кризиса. При этом долгое время сотрудничество с Африкой развивалось Россией по остаточному принципу, что привело к значительному ослаблению её позиций на континенте. О полноценном возвращении России в Африку можно говорить начиная с 2019 г., когда Россия успешно провела в г. Сочи первый саммит Россия–Африка.

Возвращение России в Африку невозможно представить без развития всестороннего российско-африканского сотрудничества в медиасфере и расширения медиаприсутствия России. СМИ служат источником актуальной и объективной информации для официальных лиц, бизнеса, населения. Они играют ключевую роль в формировании положительного образа страны, в борьбе с западной дезинформацией, антироссийской пропагандой, неоколониальным дискурсом. Сотрудничеству в сфере СМИ отведено особое место в “Плане действий Форума партнёрства Россия–Африка на 2023–2026 гг.”, принятом по итогам Второго саммита Россия–Африка, который прошёл в июле 2023 г. в Санкт-Петербурге<sup>1</sup>. На полях саммита был проведён Второй медиафорум Россия–Африка, где было объявлено об открытии новых корпунктов ТАСС на континенте [3], подписаны меморандумы о сотрудничестве с рядом африканских информагентств. В этой связи важно и полезно проанализировать соответствующий опыт Китая, выбравшего Африку одним из своих геополитических приоритетов почти на 20 лет раньше, чем Россия.

## КИТАЙСКИЕ МЕДИА В АФРИКЕ – ВЧЕРА И СЕГОДНЯ

Медиаприсутствие КНР в Африке имеет давнюю историю и восходит к тем временам, когда большая часть континента представляла собой колониальные владения западных держав. В 1956 г. КНР впервые установила дипломатические отношения с африканской страной — Египтом. В декабре того же года здесь было открыто бюро китайского новостного агентства Синьхуа. Первое бюро Синьхуа в Африке южнее Сахары было открыто в 1959 г. в Гвинее, сразу после установления с ней дипломатических

отношений. В 1961 г. Пекинское радио<sup>2</sup> начало вещание на суахили [4], в 1963 г. — на языке хауса [5]. Помимо местных языков, вещание Китая на Африку (в первую очередь, на её восток, представлявший тогда наибольший интерес для КНР) велось и на английском. К 1967 г. англоязычные передачи Пекинского радио для Восточной Африки шли ежедневно по три часа в местный прайм-тайм. В ряде стран Африки распространялась и китайская пресса на английском языке, представленная такими журналами, как *China Pictorial*<sup>3</sup> и *Peking Review* (позже *Beijing Review*) [6]. Однако охват аудитории китайскими радиопередачами и печатной прессой был невелик не только по объективным причинам (низкий уровень грамотности и доходов местного населения, запрет на распространение китайской печатной продукции в отдельных странах), но и в силу действия субъективных факторов: африканцы традиционно отдавали предпочтение привычным для региона западным СМИ, в первую очередь британской ВВС; контент, предлагаемый Китаем, не вызывал у них интереса. По данным опросов, проводившихся с 1964 по 1966 г. среди образованного населения трёх столиц стран Восточной Африки — Кении, Танзании, Уганды, всего лишь от 1 до 8% респондентов слушали Пекинское радио, тогда как доля слушателей ВВС составляла от 50 до 70% [6].

В период “культурной революции” (1966–1976) развитие китайских СМИ в Африке имело разнонаправленный характер. С одной стороны, медиаприсутствие КНР на континенте стабильно расширялось, на 1976 г. в Африке насчитывалось свыше 20 бюро Синьхуа, что составляло около трети всех зарубежных бюро агентства [7]. С другой стороны, ряд бюро, напротив, закрывался в связи с нестабильной политической обстановкой в стране нахождения, а работа оставшихся бюро осложнялась тем, что их сотрудников регулярно отзывали в Китай и отправляли на “перевоспитание” в деревни [8].

С фактическим приходом к власти в КНР Дэн Сяопина и стартом в 1978 г. политики “реформ и открытости” началось постепенное реформирование и медиаотрасли. СМИ оставались государственными, но теперь их работа была в большей степени коммерциализирована и ориентирована на результат. В начале этого периода Китай активнее стремился к развитию связей со странами Европы, Северной Америки и Азии. С 1979 по 1984 г. число журналистов Синьхуа, работавших в Африке, сократилось с 72 до 48, бюро испытывали нехватку персонала, а условия работы в них оставляли желать лучшего [8]. Однако Пекин, со времён Мао Цзэдуна

<sup>1</sup> См. “План действий Форума партнёрства Россия–Африка на 2023–2026 гг.”, пп. 173–177. <http://kremlin.ru/supplement/5971>

<sup>2</sup> “Пекинское радио” — Radio Peking, иновещательное подразделение Центральной народной радиовещательной станции Китая, ныне носит название “Международное радио Китая”.

<sup>3</sup> *China Pictorial* — англоязычная версия иллюстрированного журнала “Жэньминь Хуабао”, русскоязычная версия которого распространялась в СССР под названием “Китай”.

уделявший большое внимание внешнеполитическому направлению “Юг—Юг”, никогда не забывал Африку. В 1985 г. в Каире открылось генеральное региональное бюро Синьхуа по Ближнему Востоку, а спустя год в Найроби — генеральное региональное бюро Синьхуа по Африке, ответственное за координацию работы всех бюро агентства и предоставление контента англоязычным подписчикам в странах южнее Сахары [7, 8]. Таким образом, из пяти генеральных региональных бюро Синьхуа, созданных с 1984 по 1996 г. в рамках реорганизации агентства, два размещались в африканских странах. Этот факт стал первым свидетельством того интереса Китая к Африке, который в полной мере проявил себя в начале нового тысячелетия.

В январе 2006 г. был принят документ под названием “Политика Китая по отношению к Африке”, формулировавший стратегию КНР на африканском направлении. В пункте 5.3 говорилось о развитии отношений в сфере СМИ [9]. В апреле председатель КНР Ху Цзиньтао посетил с государственным визитом Марокко, Нигерию и Кению, в начале и в конце года министр иностранных дел Ли Чжаосин совершил турне по африканским странам. Осенью 2006 г. прошёл первый в истории саммит Форума китайско-африканского сотрудничества (FOCAC), встречи которого с 2000 г. проходили в режиме конференции на уровне министров. В плане действий форума на 2007–2009 гг., принятом по итогам саммита Китаем и 48 африканскими странами, развитию китайско-африканского сотрудничества в сфере СМИ был посвящён отдельный пункт.

Именно с 2006 г., “Года Африки” в дипломатии КНР, берёт начало новый этап в истории китайско-африканского медиаприсутствия в Африке. Синьхуа перенесло в Найроби закрытое за два года до этого региональное бюро по франкофонным регионам (до 2004 г. оно располагалось в Париже и было упразднено с открытием европейского регионального бюро агентства в Брюсселе) [8]. В том же 2006 г. в Найроби была открыта радиостанция Международного радио Китая (бывшее Пекинское радио), вещавшая по 19 часов в день на трёх языках — английском, суахили, китайском. Она стала первой китайской новостной радиостанцией FM-диапазона на территории другой страны [10]. В 2008 г. китайская медиакорпорация Star Times Group начала работу в Африке, открыв подразделение в Руанде, и к 2020 г. вошла в число лидеров африканского рынка платного телевидения (свыше 13 млн подписчиков цифрового ТВ и 27 млн подписчиков мобильного стримингового ТВ более чем в 30 африканских странах) [11].

В 2009 г. состоялся перезапуск ежемесячного журнала Chinafrica, с 1988 г. выпускавшегося издательством “Пекинское обозрение” на английском и французском языках, а в 2012 г. в Йоханнесбурге (ЮАР) открылось африканское подразделение издательства — компания Chinafrica Media and Publishing (Pty) Ltd [12]. С 2011 г. на территории ряда афри-

канских стран абонентам спутникового и кабельного телевидения стал доступен круглосуточный новостной телеканал CNC World, принадлежащий Синьхуа [13]. В 2012 г. Центральное телевидение Китая учредило своё африканское подразделение CCTV Africa (в 2016 г. оно было переименовано в CGTN Africa), штаб-квартира которого расположена в Найроби [14]. В том же году и тоже в Найроби начала выходить еженедельная газета China Daily — Africa, африканская версия англоязычной китайской газеты China Daily [15]. На конец 2023 г. агентство Синьхуа располагало 37 бюро в странах Африки (7 в ближневосточном регионе, 30 в странах южнее Сахары) [16]. Для сравнения: Агентство Франс-Пресс (AFP) на конец 2023 г. имело 13 африканских бюро, Ассошиэйтед Пресс (AP) — 7.

Расширение медиа-присутствия Китая на территории Африки не ограничивается традиционными видами СМИ — радио, газетами и журналами, телевидением. Китай активно развивает новые формы медиаконтента, крайне актуальные для Африки с её высокой долей молодого населения (по данным Worldometer, на 2023 г. медианный возраст африканца составлял 18,8 лет, то есть половина населения континента была моложе этого возраста) [17]. В 2019 г. Transsnet (совместное предприятие китайской IT-компании NetEase и китайского же производителя мобильных телефонов Transsion) запустило Vskit — сервис коротких видео, разработанный специально для Африки. В первый же год аудитория Vskit составила 10 млн пользователей, а в 2021 г. достигла 51 млн [18]. Этому же разработчику принадлежат Voomplay — популярнейший в Африке музыкальный стриминговый сервис, соцсеть More, мобильный платёжный сервис PalmPay, также разработанные специально для Африки [19].

Китай активно участвует в развитии телекоммуникационной инфраструктуры, причём самой разнообразной, что является частью общей стратегии китайского инвестирования в Африку [20]. Так, ещё в 2000 г. Китайская компания по международному сотрудничеству в сфере радиовещания и телевидения (CRTV) заключила с правительством Замбии контракт на передачу и установку 14 FM-транسمиттеров, необходимых для обеспечения приёма государственных радиоканалов в самых труднодоступных уголках страны, общей стоимостью 1,37 млн долл. Условия контракта были выполнены спустя всего год [21, 22]. В 2015 г. Замбия начала переход на цифровое радио- и телевидение, заключив с StarTimes контракт на сумму 273 млн долл. (финансирование осуществлялось посредством займа, предоставленного Эксимбанком Китая) [23]. В том же году был дан старт амбициозному китайско-африканскому проекту под названием “Доступ к спутниковому ТВ для 10 000 африканских деревень”, предложенному на Йоханнесбургском саммите FOCAC в 2015 г. В рамках этого проекта компания Startimes Software поручалось обеспечить техникой (приём-

ное оборудование, телевизоры, энергоустановки на солнечных батареях) 10 112 деревень в 23 странах континента к югу от Сахары и провести тренинги для местного населения по обслуживанию этой техники (сумма контракта составила 218 млн долл.). К декабрю 2023 г. в 20 странах спутниковым ТВ удалось охватить 9 512 деревень [24, 25]. В 2016 г. правительство Малави получило заём у Китая на проект создания в стране оптоволоконной сети связи. Он предусматривает прокладку свыше 3000 км кабеля, реализуется совместно китайской Huawei и малавийской Корпорацией электрического снабжения Escom [26].

### ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Насколько эффективны усилия Китая на африканском медианаправлении? Однозначный ответ на этот вопрос дать сложно. Их цель — создание положительного образа Китая в глазах африканцев и формирование альтернативной точки зрения на международные и региональные события, призванной разрушить безоговорочное доминирование западной новостной парадигмы. Частично эта цель выполняется: результаты опроса жителей 35 африканских стран свидетельствуют о том, что 63% респондентов положительно оценивают экономическое и политическое влияние Китая на их родную страну (влияние США положительно оценивали 60% респондентов, России — 35%) [27]. Сбор данных проходил до начала эпидемии коронавируса, по результатам которой доля положительных оценок как США, так и Китая со стороны африканцев снизилась, однако в целом обе страны в Африке продолжают оценивать позитивно. Тем не менее чётко выделить роль китайских СМИ в этом вопросе крайне сложно. Исследователи отмечают, что наиболее позитивные оценки Китаю дают в тех странах, где он реализует крупные инфраструктурные проекты, — Гане, Нигерии, Уганде, Гвинее, Кот-д'Ивуаре.

Социологический опрос студентов журналистских специальностей в Кении и ЮАР, проведённый в 2017 г., показал, что потребление китайского новостного контента в этой социальной группе находится на крайне низком уровне: практически никто из респондентов не смог узнать логотипы основных китайских СМИ и социальных сетей, присутствующих в Африке. Исследование выявило и значительную предубеждённость аудитории по отношению к китайским СМИ: при демонстрации респондентам двух репортажей одинаковой тематики телеканалов CGTN Africa и Al Jazeera с удалёнными логотипами каналов респонденты отдали предпочтение репортажу CGTN как более объективному, взвешенному и подкреплённому статистическими данными. Однако, когда они узнавали, что репортаж был подготовлен китайским телеканалом, их мнение резко менялось в негативную сторону. Опрос студентов показал, что китайские СМИ ассоциируются у них

с жёсткой цензурой, государственной пропагандой, необъективностью и низким качеством информационного продукта [28].

Разумеется, нельзя утверждать, что усилия китайцев по расширению влияния традиционных СМИ на африканском континенте остаются безуспешными: ещё в 2006 г. местные африканские СМИ, публикуя новости о Китае, чаще ссылались на Синьхуа (31%), чем на AP (2%), Reuters (29%) или AFP (7%) [8]. Исследователи относят этот факт на счёт ценовой политики Синьхуа: несмотря на то, что с 1990-х годов агентство предоставляет доступ к своей подписке для иностранных клиентов на платной основе, а не путём взаимообмена новостями с государственными СМИ страны, как это практиковалось ранее, тем не менее его расценки остаются значительно ниже, чем у западных конкурентов. Местным СМИ, которые испытывают затруднения с оплатой подписки, доступ к новостям, а также необходимое оборудование и техническая поддержка, предоставляются бесплатно.

Африканские СМИ нередко цитируют Синьхуа, освещая события в самой Африке. Это связано с особенностью африканского медиaprостранства: местные СМИ в силу ограниченности финансовых ресурсов редко располагают большим количеством корреспондентов и сетью корпунктов в других странах континента или даже в отдалённых регионах собственной страны и вынуждены полагаться на иностранные источники — новостные агентства и крупные СМИ международного уровня. По данным исследования, проведённого в 2021 г., на долю Синьхуа приходилось 4% публикуемых в африканских СМИ новостных материалов об Африке — столько же, сколько на Reuters и в 2 раза больше, чем на Африканское новостное агентство или катарскую Al Jazeera. Тем не менее Синьхуа значительно уступало в этом отношении лидерам рейтинга — AFP (14%) и BBC (9%). При этом доля CGTN составила только 1% [29].

Можно заключить, что, несмотря на интенсивное развитие китайского медиа-присутствия в Африке и его активное финансирование, несмотря на общее положительное отношение африканцев к Китаю, популярность китайских СМИ на континенте остаётся невысокой, а отношение к ним, по крайней мере, среди образованного городского населения — настороженным, зачастую предвзятым. Причина этого заключается не только в соответствующей пропаганде со стороны исторически популярных на континенте западных (особенно англоязычных) СМИ. Исследователи связывают это с тем, что в Африке доминирует традиционная для Запада концепция “контролирующей журналистики”, доставшаяся континенту в наследство от колониальных держав. Она предполагает, что основной функцией журналистики является выявление проблем и информирование о них общественности, то есть контроль за

действиями властей. Для Китая более характерна “конструктивная журналистика”, ориентированная на совместный с властями поиск решения проблем, на освещение не только проблем, но и достижений, успехов. Однако данные того же исследования показывают, что среди африканцев присутствует выраженный запрос на новые парадигмы журналистики, которые не будут сосредоточены только на негативной и сенсационной стороне событий и смогут “дестигматизировать” глобальный образ Африки [28].

На удовлетворение этого запроса направлены различные китайско-африканские программы обмена опытом и конференции. Пекинский план действий FOCAC 2006 г. содержал пункт, посвящённый развитию медиасотрудничества Китая и Африки, и предусматривал проведение китайской стороной тренингов для африканских специалистов медиасферы. Йоханнесбургский план действий FOCAC 2015 г. закреплял за китайской стороной обязательство ежегодно проводить подготовку 1000 африканских специалистов в медиасфере. Все последующие планы действий FOCAC, принимавшиеся по результатам саммитов и министерских конференций, содержали в том или ином виде пункт о помощи Китая в сфере подготовки журналистских кадров, в том числе с использованием тренингов.

В августе 2012 г. прошёл первый китайско-африканский форум по сотрудничеству в сфере СМИ под девизом “Контакты, сотрудничество, совместное развитие”. Ориентированный в первую очередь на практическую имплементацию решений саммитов и конференций FOCAC, касающихся СМИ, форум проходит с тех пор регулярно, в нём участвуют от 200 до 360 делегатов, представляющих свыше 40 африканских стран.

Интенсивное сотрудничество в сфере обмена опытом, активное развитие программ подготовки африканских специалистов в Китае, безусловно, положительно влияют на образ КНР в глазах африканцев и в перспективе могут изменить предвзятое отношение к китайским СМИ на территории Африки. Однако быстрых результатов ожидать не стоит — по всей видимости, этот процесс растянется не на одно десятилетие.

## РЕАКЦИЯ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ

Стремительное продвижение китайско-африканского медиасотрудничества, как и укрепление позиций Китая на Африканском континенте в целом, вызывает острую обеспокоенность у стран Запада во главе с США. В марте 2023 г. Институт мира США<sup>4</sup> выпустил специальный доклад “Китайская медиа-

пропаганда в Африке: стратегические оценки”. Авторы доклада подробно анализируют усиление медиаприсутствия Китая на территории Африки с начала XXI в., называя его “китайским медианаступлением на Африку”, и дают рекомендации по борьбе с ним. Эти рекомендации включают следующие пункты.

- Усиление присутствия госкорпорации Voice of America и бюро Глобальных связей с общественностью Госдепа США на территории Африки, увеличение финансирования проектов на африканском направлении, в том числе разработка и распространение интересного для африканцев контента, расширение присутствия в соцсетях на африканских национальных языках, платное продвижение в этих соцсетях.

- Финансирование бюджетными фондами США, такими как National Endowment for Democracy, кампаний по разоблачению “независимыми” африканскими организациями “дезинформации” и “сокрытия фактов” китайскими официальными СМИ.

- Усиление цензуры в соцсетях, принадлежащих американским корпорациям, таким как Facebook, Instagram<sup>5</sup>, Twitter<sup>6</sup>, с целью борьбы с “дезинформацией” и “пропагандой” со стороны КПК.

- Проведение в соответствующих федеральных органах власти США слушаний, посвящённых “китайскому глобальному медианаступлению”, и разработка национальной политики в этой области.

- Увеличение финансирования “независимых” африканских СМИ, предоставление грантов на покупку новостного контента от AP и Bloomberg при условии отказа от использования китайских СМИ; организация тренингов для африканских журналистов, предоставление африканцам возможности сотрудничать с известными американскими журналистами с перспективой соавторства, предоставление стипендий для африканцев в вузах США по журналистским специальностям [30].

## ВЫВОДЫ ДЛЯ РОССИИ

Возвращение России в Африку, точкой отсчёта которого принято считать 2019 г., началось на 13 лет позже, чем интенсификация сотрудничества с Африкой со стороны Китая, утвердившего в 2006 г. принципы своей внешнеполитической стратегии в отношении Африки. За прошедшие годы Китай добился заметных успехов на африканском направлении, показательным примером тому — активное развитие китайско-африканского сотрудничества в сфере СМИ. Поэтому изучение китайского опыта может оказаться весьма полезным для России при разработке, корректировке и реализации её африканской стратегии. Однако здесь следует учесть два важных момента.

<sup>4</sup> Институт мира США (Institute of Peace) — финансируемый из федерального бюджета США мозговой центр, исследующий возможности невоенного достижения внешнеполитических целей США. В состав совета директоров Института мира входят министр обороны и госсекретарь США.

<sup>5</sup> Заблокированы на территории РФ, принадлежат компании Meta, деятельность которой признана экстремистской и запрещена в России.

<sup>6</sup> Ныне “Соцсеть X”, заблокирована на территории РФ.

Первый заключается в кардинальных изменениях глобальной обстановки. Китай начал реализацию африканской стратегии во второй половине первого десятилетия XXI в. В это время Африка находилась на периферии интересов крупнейших мировых игроков, а мировой финансовый кризис 2008 г., повлёкший за собой сворачивание финансирования многих зарубежных проектов развитыми странами Запада, в том числе и деятельности их СМИ на территории Африки, для Китая стал своеобразным трамплином, позволившим ему заполнить возникший вакуум. Россия же, оказавшись в положении догоняющего, вынуждена развивать собственную африканскую стратегию в крайне неблагоприятных внешних условиях: сначала в силу пандемии коронавируса и связанной с ней глобальной рецессии, затем в силу эскалации украинского кризиса, западных санкций и общего обострения международной обстановки. Расширение медиаприсутствия России на Африканском континенте будет сталкиваться с резким противодействием со стороны стран Запада, а любая информация из российских официальных источников объявляться “дезинформацией” и “пропагандой”. Если рекомендации американского Института мира будут приняты руководством США хотя бы частично, то следует ожидать значительной активизации их деятельности в Африке. Таким образом, российским медиа придётся конкурировать не только с китайскими СМИ, значительно расширившими своё присутствие в Африке за последние 20 лет, не только со СМИ бывших колониальных держав, исторически доминирующих на континенте (особенно это касается Великобритании), но и со СМИ США, ранее представленными в Африке значительно меньше других западных СМИ. И если конкуренция с китайскими медиа будет, по всей видимости, лежать глубоко в коммерческой и профессиональной плоскости, то со стороны стран Запада следует ожидать скоординированных кампаний по дискредитации российских СМИ и российской деятельности в Африке в целом, а также попыток физически воспрепятствовать проникновению России на медиарынки африканских стран. Логично также предположить, что американские меры по “борьбе с китайским медиа-наступлением на Африку” будут применяться и в отношении российских медиа.

Второй важный момент — специфика стран, налагающая объективные ограничения на медиастратегию России на африканском континенте. Упомянутый выше успех китайских производителей мобильных приложений развлекательного, информационно-новостного и утилитарного характера, разработанных специально для Африки, таких как Vskit, Opera News, Scooper News, Boomplay, PalmPay, тесно связан с успехами китайской электронной промышленности, в частности, с достижениями производителей мобильных телефонов. Компания Transsion, владелец брендов Tecno, Itel, Infinix, ко-

торая ещё в 2017 г. обогнала Samsung и вышла на первое место по совокупным объёмам продаж телефонов своих брендов в Африке, владеет также компаниями Transsnet (разработчик Vskit, Boomplay, PalmPay) и Transbyte (разработчик Scooper News, Scooper TV) и продаёт телефоны с предустановленными приложениями своих дочерних компаний. Китайская Huawei, несмотря на санкции, введённые против неё правительством США и Европейским союзом, является мировым лидером по продажам телекоммуникационного оборудования, что открывает возможность Китаю активно участвовать в процессах цифровизации Африки, создания в ней инфраструктуры сетей 5G (ЮАР, Нигерия, Сейшельские острова, Маврикий, Замбия, Зимбабве), прокладке оптоволоконных кабелей связи (ЮАР, Малави, Зимбабве, Нигерия, Танзания и др.). Несмотря на то, что с 2010 г., когда было принято постановление Правительства РФ о мерах по поддержке импортозамещения телекоммуникационного оборудования, в этой сфере были достигнуты определённые успехи, вряд ли можно рассчитывать, что в ближайшие годы Россия сумеет составить конкуренцию лидерам мирового рынка этой отрасли.

Эти два момента ограничивают возможности заимствования Россией китайского опыта в расширении своего медиаприсутствия в Африке. С их учётом, основные уроки, которые Россия могла бы извлечь из китайского опыта, как представляется, заключаются в следующем.

1. Расширение сети корпунктов новостных агентств и крупнейших российских медиахолдингов на территории Африки, подготовка для них специалистов со знанием языка и страноведческих реалий. Именно динамичное развитие сети своих африканских бюро позволило китайскому новостному агентству Синьхуа стать не только узнаваемым брендом на территории Африки и третьим по цитируемости источником африканских новостей для африканских СМИ, но и оперативно предоставлять для официальных и деловых кругов Китая необходимую им информацию о положении дел в Африке.

2. Усиление присутствия СМИ традиционного формата на территории Африки. Несмотря на стремительное развитие новых медиа, традиционные СМИ продолжают играть большую роль на континенте, причём важнейшим из них выступает радио, до сих пор имеющее наибольший охват аудитории по сравнению со всеми остальными видами СМИ, в особенности в беднейших странах Африки [31]. По данным исследования, проведённого в 31 африканской стране в 2019–2021 гг., несмотря на то, что 84% африканцев имели мобильные телефоны, лишь 45% взрослых граждан располагали мобильным доступом в Интернет, причём в наименее развитых странах (Ангола, Малави, Эфиопия) мобильные телефоны имело меньше 60% населения [32].

Здесь стоит учитывать как китайский и западный<sup>7</sup>, так и советский опыт в данной сфере и развивать вещание не только на английском и французском, но и на национальных африканских языках (хауса, суахили, амхарский и др.).

3. Высокая степень локализации контента, предназначенного для африканской аудитории, активный найм на работу африканских специалистов, особенно для производства аудиовизуального медиаконтента (теле- и радиопередачи, видеостриминг и т.д.), сотрудничество с узнаваемыми на континенте ведущими и журналистами. Исследование популярности китайских СМИ у африканских студентов показало, что, несмотря на невысокую цитируемость CGTN в африканских СМИ в целом, именно оно имеет наибольшую из всех китайских СМИ узнаваемость и авторитетность для кенийской аудитории благодаря привлечению популярных кенийских ведущих, а также освещению тем, актуальных для жителей страны и Восточной Африки в целом, в близком им ключе [28].

4. Расширение сотрудничества с африканскими официальными и крупными частными СМИ, предоставление доступа к информационным продуктам российских новостных агентств на льготной основе. По словам представителей агентства Синьхуа, коммерциализация сотрудничества позволила снизить опасения подписчиков по поводу пропагандистских целей Синьхуа; при этом, как упоминалось выше, те местные подписчики, которые не в состоянии оплатить подписку даже по льготным расценкам, получают её, а также необходимое оборудование, бесплатно.

5. Развитие новых форм медиа, таких как мобильные новостные приложения, сервисы видеоблогов, стриминговые сервисы, социальные сети. Адаптация их под требования африканской аудитории, разработка системы оплаты сервисов и подписок, не зависящей от токсичных валют недружественных стран. «Китайский путь» развития Интернета, исторически предполагающий максимальное дистанцирование от подконтрольных Западу сервисов и ориентацию на разработку собственных платформ, позволил КНР расширять своё медиаприсутствие на глобальном рынке, особенно в мобильном секторе, не опасаясь цензуры или блокировок со стороны стран Запада, законодательство которых подчинено интересам владельцев крупнейших социальных сетей, видеохостингов, новостных агрегаторов.

6. Активизация программ обмена и тренингов с африканскими СМИ, увеличение количества

стипендий для африканцев, обучающихся в России, особенно по журналистским и смежным специальностям. Предоставление закончившим обучение на журналистских специальностях африканцам возможности работы в российских СМИ. Знакомство африканцев с альтернативными подходами к журналистике в перспективе способно помочь преодолеть сложившиеся предубеждения и постепенно повысить эффективность национальной медиастратегии на континенте.

7. Укрепление сотрудничества в высокотехнологичных отраслях, таких как космическая сфера, в которых Россия обладает рядом конкурентных преимуществ. В последние годы страны Африки активно наращивают собственную группировку спутников, в том числе спутников связи: на конец 2023 г. 15 стран континента имели собственные спутники, а к 2025 г. 23 африканские страны планировали производство и запуск 125 новых спутников [33]. В условиях санкций со стороны стран Запада в отношении российских СМИ и блокировки российских каналов иностранными операторами спутниковой связи сотрудничество с африканскими космическими агентствами представляется перспективным способом обеспечить доступность российских спутниковых телеканалов на территории Африки.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Абрамова И.О.* Африка в современной модели мироустройства: весомый игрок или аутсайдер? // *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право.* 2018. № 5. С. 16–21.  
*Abramova I.O.* Africa in the Modern Model of the World Order: a Powerful Player or an Outsider? // *Outlines of global transformations: politics, economics, law.* 2018. Is. 11. P. 6–21.
2. *Фитуни Л.Л.* Переустройство миропорядка: БРИКС и Африка в эпоху перемен, или «многоядерность» против «полицентричности» // *Учёные записки Института Африки РАН.* 2022. № 4 (61). С. 17–27.  
*Fituni L.L.* Restructuring the World Order: BRICS and Africa at the Time of Change, or “Multicore” against “Polycentric” // *Journal of the Institute for African Studies.* 2022. Is. 4 (61). P. 17–27.
3. ТАСС планирует открыть корпункты в Кении, Уганде и Зимбабве. <https://tass.ru/obschestvo/18384223>  
TASS plans to open news bureaus in Kenya, Uganda, Zimbabwe. <https://tass.ru/obschestvo/18384223>
4. *中国对非洲斯瓦希里语广播走过半个世纪* [https://www.chinadaily.com.cn/dfpd/bj/bwzg/2011-9/02/content\\_13609694.htm](https://www.chinadaily.com.cn/dfpd/bj/bwzg/2011-9/02/content_13609694.htm)
5. *对非广播“传播中国好声音”科学方法探析* <http://media.people.com.cn/n/2014/1124/c390725-26081994.html>

<sup>7</sup> Крупнейшие западные медиакорпорации в последние годы уделяют очень большое внимание вещанию на национальных языках, в том числе африканских. Так, в 2017 г. BBC World Service запустила 12 новых языковых сервисов онлайн-вещания, из которых половина (нигерийский пиджин-английский, тигринья, игбо, йоруба, амхарский, оромо) — языки народов Африки.

6. *George T. Yu. Dragon in the Bush: Peking's Presence in Africa* // *Asian Survey*, V. 8. № 12. P. 1018–1026.
7. 冉继军。中非媒介交往：丽娘，范式与特征。西亚非洲 2015年第1期
8. Xin Xin. Xinhua News Agency in Africa // *Journal of African Media Studies* 2009. V. 1. №. 3. P. 363–377.
9. 中国对非洲政策文件 [https://www.gov.cn/gongbao/content/2006/content\\_212161.htm](https://www.gov.cn/gongbao/content/2006/content_212161.htm)
10. CRI Launches First Overseas FM Radio Station. China.org.cn. <http://www.china.org.cn/english/culture/160050.htm>
11. Star Times. About Us. <https://www.startimes.com.cn/en/about-2#Main%20business>
12. ChinAfrica. About Us. [http://www.chinafrica.cn/About\\_Us/](http://www.chinafrica.cn/About_Us/)
13. Xinhua's TV channel to reach Africa. China Daily. [https://global.chinadaily.com.cn/world/2010-12/10/content\\_11685023.htm](https://global.chinadaily.com.cn/world/2010-12/10/content_11685023.htm)
14. 中央电视台非洲分台及“我爱非洲”手机电视正式开播 <https://news.cntv.cn/china/20120112/103685.shtml>
15. China Daily launches Africa Weekly edition. China Daily. [https://www.chinadaily.com.cn/china/2012-12/14/content\\_16016334.htm](https://www.chinadaily.com.cn/china/2012-12/14/content_16016334.htm)
16. 驻国(境)外分支机构 [http://www.xinhuanet.com/xhsld/2021-02/09/c\\_1211019859.htm](http://www.xinhuanet.com/xhsld/2021-02/09/c_1211019859.htm)
17. Population of Africa. Worldometer. <https://www.worldometers.info/world-population/africa-population>
18. Vskit Hits 51m Users in Three Years, Unveils New Plans. This Day. <https://www.thisdaylive.com/index.php/2021/11/22/vskit-hits-51m-users-in-three-years-unveils-new-plans>
19. Transsnet. About Us. <https://www.transsnet.com/en/about>
20. Дейч Т.Л. Экономические связи Китая с Африкой: проблемы и перспективы // *Азия и Африка сегодня*. 2022. № 7. С. 48–56.  
*Deych T.L. China–Africa Economic Ties: Problems and Prospects* // *Asia and Africa Today*. 2022. Is .7. P. 48–56.
21. China Hands Over Radio Transmitters to Zambia. [http://en.people.cn/english/200012/14/eng20001214\\_57765.html](http://en.people.cn/english/200012/14/eng20001214_57765.html)
22. Zambia: China Gives Country FM Transmitters. <https://allafrica.com/stories/200106070433.html>
23. Zambia leader praises China-funded TV broadcasting migration project. [http://www.xinhuanet.com/english/2020-09/11/c\\_139361874.htm](http://www.xinhuanet.com/english/2020-09/11/c_139361874.htm)
24. Access to Satellite TV for 10,000 African Villages Project. <https://www.startimes.com.cn/en/2020/12/5470.html>
25. Feature: China's satellite TV aid project enlightens remote rural villages in Africa. <https://english.news.cn/20240404/46befb86a93a414481418643b918a3a8/c.html>
26. Malawi announces continuation of national fibre project. <https://developingtelecoms.com/telecom-technology/optical-fixed-networks/11420-malawi-announces-continuation-of-national-fibre-project.html>
27. How popular is China in Africa? New survey sheds light on what ordinary people think. <https://www.afrobarometer.org/publication/how-popular-is-china-in-africa-new-survey-sheds-light-on-what-ordinary-people-think/>
28. *Madrid-Morales D., Wasserman H.* How Influential Are Chinese Media in Africa? An Audience Analysis in Kenya and South Africa // *International Journal of Communication*. 2018. Is. 12. P. 2212–2231.
29. How African media covers Africa. Report. Africa No Filter. Johannesburg, 2021.
30. Eisenman Joshua. China's Media Propaganda in Africa: A Strategic Assessment. Special Report. US Institute of Peace. № 516. March, 2023.
31. Many rely on radio broadcasts in Zimbabwe and across Africa. <https://apnews.com/article/radio-broadcasting-africa-zimbabwe-c160e92e919ff90a642693707b361c3e>
32. Digital divide: Who in Africa is connected and who is not. Afrobarometer Dispatch No. 582. 2022. 14 December.
33. 15 African countries with satellites in orbit. Business Insider Africa. 2023, September 13.

## CHINESE MEDIA PRESENCE IN AFRICA: TRENDS AND LESSONS FOR RUSSIA

O.L. Fituni<sup>a,\*</sup>

*<sup>a</sup>Institute for African Studies of the Russian Academy of Science, Moscow, Russia*

*\*E-mail: o-l-fit@yandex.ru*

For Russia to be able to secure its geostrategic objectives, defend its national interests, combat effectively anti-Russian propaganda and disinformation, and resist attempts at historical revisionism and misrepresentations of history, a full-scale development of its global media presence is of vital importance. It is especially true for the African vector of Russia's national geopolitics, which has been showing considerable progress recently. China, which has been actively developing its relations with Africa since the beginning of the 21st century, pays great attention to the media sphere and is expanding its media presence on the continent. China's considerable success in this causes anxiety in the West, especially in the US, which is developing a special strategy to counter the "Chinese media offensive in Africa". Despite the substantial financial investment in media cooperation with Africa, China's African media strategy cannot be called a 100% success. Chinese media still have a relatively low level of recognition in Africa, and many Africans are prejudiced against the Chinese press, considering it biased and one-sided. It is argued that Russia, in developing its own African media strategy, can borrow China's more successful moves while adapting them to the country's specific and new geopolitical landscape.

*Keywords:* China, Africa, China-Africa relations, media strategy, media presence, mass media, new media, telecom infrastructure.