

ситуациями для брендов и компаний, которые попали под информационный удар со стороны конкурентов.

Итак, в среде новых медиа каналы и модели производства и распространения информации претерпели фундаментальные изменения, связанные с цифровыми и мобильными технологиями, а также сетевым принципом организацией коммуникации. Поэтому в практике распространения информации и корпоративного кризисного PR компании должны использовать характеристики и технические средства новых медиа для повышения своей конкурентоспособности в рыночной экономике.

### Библиографические ссылки

1. Юань Цзюньцзы. Проблемы и меры противодействия корпоративному кризису PR в новой-медиа среде // News Outpost. № 3. 2019. С. 13–14.
2. Айви Ю. Как селф-медиа в Китае становятся средствами дезинформации // supchina.com [Электронный ресурс]. URL: <https://supchina.com/2018/03/27/how-self-media-in-china-has-become-a-hub-for-misinformation/> (дата обращения: 20.02.2019).
3. 43-й статистический отчет о развитии интернета в Китае в 2019 году [Электронный ресурс]. URL: [Http://www.sohu.com/a/333446151\\_100049487](http://www.sohu.com/a/333446151_100049487) (дата обращения: 30.01.2019).

## РЕГУЛИРОВАНИЕ НОВЫХ МЕДИА В КИТАЕ

*Ху Сяоянь*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
942762919@qq.com*

Рассматривается опыт регулирования новых медиа в КНР, развитие нормативно-правовой базы и органов для контроля над сетью в интересах безопасности государства и общества. Отмечены приоритет идеологической функции в управлении массовой коммуникацией в интернете, а также значение саморегулирования поведения пользователей, провайдеров и поставщиков контента.

**Ключевые слова:** новые медиа; интернет в Китае; государственное регулирование; саморегулирование; онлайн-СМИ.

## NEW MEDIA REGULATION IN CHINA

*Hu Xiaoyan*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: Hu Xiaoyan (942762919@qq.com)*

This article discusses the experience of regulating new media in China, the development of the regulatory framework and state agencies for controlling the network in the interests of the security of the state and society. The priority of the ideological function in managing mass communication on the Internet, as well as the importance of self-regulation of the behavior of users, providers and content providers are noted.

**Key words:** new media; the Internet in China; state regulation; self-regulation; online media.

Сегодня можно с уверенностью говорить об устойчивом развитии новой формы массовых коммуникаций, которая, в частности, в Китае получила название «новые медиа». Это система, сочетающая собственно СМИ и массовые коммуникационные сервисы, куда входят в том числе онлайн-издания, радиовещание в сети, онлайн-платформы «видео по запросу», социальные сети и мобильные приложения.

Со времени появления новых медиа многие страны пытались регулировать их с помощью нормативно-правовых актов и правовых процедур. Из-за различия политических, культурных и экономических условий мотивация и направленность регулирования различны. На наш взгляд, выделяются два ключевых подхода к управлению веб-контентом: регулирование со стороны государства и саморегулирование. Часто они сочетаются.

Стран, которые приняли отдельные законы, регулирующие оборот интернет-контента, в мире немного: например, в их числе Сингапур, Германия, Австралия и Китай. В большинстве стран меньше используют власть государства и мало вмешиваются в этот процесс с учетом специфики интернета, сетевого принципа организации, основанного на равноправии пользователей и свободе обмена информацией. Но есть направления, которые считаются требующими регулирования. Для развитых стран «большой семерки» важны стандартизация, создание справедливой и безопасной сетевой среды, защита уязвимых групп, таких

как дети. Более консервативные в политическом отношении страны, где велика роль государства, обеспокоены проблемами безопасности, политической стабильностью, настроениями граждан.

Как показывает проведенный нами анализ нормативной базы, опыт КНР в регулировании новых медиа заключается в строгом соблюдении государственных интересов и действии системы законодательства, которая интенсивно развивается уже два десятилетия. Она включает большое количество нормативно-правовых актов, детально регламентирующее поведение в сети, порядок размещения и использования контента.

Это связано с тем, что медиа Китайской Народной Республики создавались и действуют под строгим управлением государства. С развитием технологий контролировать информационные потоки все сложнее, но для государства важно обеспечить лояльность граждан. Новые технологии открывают перспективы, которыми активно пользуется, в том числе и государственная власть. Для нее стало возможным усиление политического влияния, воздействия на общество в ситуации, когда число пользователей мобильного интернета превышает 870 млн человек по данным Информационного центра сети интернет Китая (CNNIC) [1]. Сегодня в 98,6 % случаев китайцы выходят в сеть через мобильные телефоны. Пользователей онлайн-видео уже 612 млн человек, это почти три четверти от общего числа пользователей сети [1].

Сразу несколько организаций контролируют китайский сегмент сети интернет. Министерство промышленности и информатизации КНР несет ответственность только за обеспечение технического функционирования сети и информационных технологий. Остальные функции контроля возложены на Департамент интернет-безопасности и защиты Министерства государственной безопасности, на направляющую группу интернет-безопасности ЦК КПК в составе Министерства культуры. Задачи регулирования также возложены на Государственное управление по делам радиовещания, кинематографии и телевидения. Оно, например, отвечает за блокирование интернет-провайдером на централизованном уровне доступа к порнографическим ресурсам и сайтам, предлагающим азартные игры. «Современный Китай придерживается жесткой правовой политики в сфере обеспечения информационной безопасности. Интересы государства и его безопасность стоят для властей КНР на первом месте», отмечают российские исследователи информационного права [2].

В 2000 году Государственный совет Китайской Народной Республики официально обнародовал Положения о телекоммуникациях и Меры по администрированию услуг интернет-информации, а также Положение

о конфиденциальности международной сети компьютерных информационных систем. Ранее было принято 7 законов и правил, касающихся оборота информации и электронных публикаций. Такое количество нормативно-правовых актов и такая степень регламентации – относительная редкость в мировой практике. В целом эти документы направлены на управление контентом, поведением пользователей и производителей, а также сетевой безопасностью.

В «Законе о сетевой безопасности», принятом в Китае в 2016 году, отмечено, что Национальный отдел интернет-информации отвечает за координацию работы по обеспечению безопасности сети, надзора и управления. Определены и разграничены задачи иных ведомств и служб, которые «отвечают за защиту и наблюдение за сетью, а также контроль и управление в пределах своих сфер ответственности» [3]. В этом законе также есть требования к сетевым операторам, провайдерам, которые «обязаны осуществлять деятельность по управлению и обслуживанию в соответствии с законами и административными нормами, соблюдая социальную этику, деловую этику, выполняя обязательства по защите сетевой безопасности и открытости для контроля со стороны правительства и общества» [3]. Закон определяет сетевых операторов как владельцев сетевых ресурсов, менеджеров и поставщиков услуг в сети. Поэтому онлайн-медиа как поставщик сетевых услуг также несет ответственность за сетевую безопасность.

Безусловно, речь идет о противодействии фейкам и информации не объективной, не отвечающей национальным и общественным интересам. Ведь «чтобы создать сенсационный эффект, СМИ, которые выбирают стимулирование чувствительных тем и игнорируют факты и баланс мнений, предлагают «однобокую правду», полуправду» [4]. Между тем, «подлинность гарантирует, что каждый конкретный факт в новостном сообщении, то есть данные о времени, месте, людях, причине события, процессе и результате соответствуют объективной реальности и могут выдержать проверку» [5, с. 113].

В КНР новые медиа в интернете и в мобильной среде в основном представлены не государством, а частным бизнесом. Тем не менее, государство устанавливает правила на этом объемном рынке и контролирует его, в частности, регулируя выдачу лицензий и разрешений на распространение материалов в сети.

В годы активного развития интернета и его инфраструктуры в Китае, с 1999 по 2007 гг. выходило несколько временных решений. Например, был установлен порядок создания и размещения в сети радио,

фильмов и телепередач, введены нормы лицензирования. В 2000 году были приняты Временные меры по контролю и распространению через интернет программ радио, кино и телевидения. Этот документ заметно упорядочил и ограничил рынок, поставил ряд условий для бизнеса. Они носили как технический, так и правовой характер и были связаны с интересами государственной политики. И, конечно, необходимо было получить «Лицензию на онлайн-вещание, радио, кино и телевизионные программы» в Государственном управлении по делам радиовещания, кинематографии и телевидения [6, с. 37].

Вплоть до 2013 г., в период активного развития сетевого бизнеса в Китае, ежегодно принимались постановления и указания – государство и партия последовательно реализовывали функцию контроля. Вышло не менее 11 нормативных документов. С 2017 г. активно принимались акты по управлению порядком передачи видео в интернете.

Однако, важное место занимает и саморегулирование поведения в сети. С 2001 года существует Китайское общество пользователей интернета, которое занимается не только развитием интернета, но и помогает воплощать политику власти по контролю над сетью. Общество приняло ряд конвенций, которые регулируют действия интернет-пользователей. Таковы Правила самодисциплины о запрете на распространение в интернете порнографической и иной безнравственной информации, Конвенция о бойкотировании вредоносных программ, Конвенция о самодисциплине в борьбе с сетевыми вирусами и т. д. Самодисциплина культивируется и в социальных сетях. Это содействует здоровому развитию новых медиа, чистоте и безопасности киберпространства.

Таким образом, управление новыми медиа это, прежде всего, регистрация, лицензирование и регулирование практики размещения и вещания на базе отраслевого законодательства. На наш взгляд, в будущем для онлайн-СМИ в КНР будет приниматься все больше мер по сетевому мониторингу и контролю. Контроль над СМИ со стороны государственных органов сохранится, а права и интересы общественности будут защищаться и гарантироваться. При этом идеологическая функция управления СМИ и средствами массовой коммуникации является основополагающей в медиасфере Китая.

### **Библиографические ссылки**

1. 43-й Статистический отчет о развитии интернет-сети Китая. CNNIC [Электронный ресурс]. URL: [http://www.cac.gov.cn/2019-02/28/c\\_1124175686.html](http://www.cac.gov.cn/2019-02/28/c_1124175686.html) (дата обращения: 20.02.2020).

2. Глазунов О. Н., Авдеенко В. В. Специфика правового регулирования сети Интернет в КНР [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-pravovogo-regulirovaniya-seti-internet-v-kitayskoj-narodnoj-respublike> (дата обращения: 24.02.2020).
3. Закон КНР о сетевой безопасности, 2016 г. Постоянная комиссия Всекитайского собрания народных представителей, база данных законов и правил [Электронный ресурс]. URL: <http://search.chinalaw.gov.cn/law/searchTitleDetail?LawID=394858&Query> (дата обращения 24.02.2020).
4. 谭昆智, 林炜双, 杨丹丹. 《传播学》, 北京: 清华大学出版社, 2012, 113 页. К. Тань, В. Лин, Ян Д. Социальные коммуникации. Пекин : Изд-во университет Цинхуа, 2012. 113 с.
5. 邢墨, 新媒体环境下新闻真实性原则的发展和挑战, 中国新闻出版广电报, 13.10.2016. Син Чжао. Разработка принципов подлинности новостей в новой медиасреде // Китайские газеты, телевидение и радио, 2016. 13 октября.
6. Хуан Х. Правовые основы журналистики и профессиональной этики. Издательство университета Фудань, 2006. 267 с.

## КИТАЙСКИЕ ГЕЙМЕРЫ – СУБКУЛЬТУРА СЕТЕВОГО КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

*Чжао Цзэнфан<sup>1)</sup>, Л. К. Кухто<sup>2)</sup>*

*<sup>1)</sup>Белорусский государственный университет культуры и искусств,  
ул. Бельского, 8, 220121, г. Минск, Республика Беларусь,  
kafkult@buk.by,*

*<sup>2)</sup>Белорусский государственный университет культуры и искусств,  
ул. Бельского, 8, 220121, г. Минск, Республика Беларусь,  
l.kuhto@mail.ru*

В статье анализируется субкультура геймеров Китая как результат развития интернета. Отмечается, что определенная часть подрастающего поколения находится в зависимости от компьютерных игр. Рассматриваются основные характеристики данной субкультуры. Показана деятельность государственных и общественных институций КНР по ограничению коммуникации юношества в сетевом пространстве.

**Ключевые слова:** геймеры; игры компьютерные; интернет; зависимость; субкультура; юношество.