

Чулпан Фархатовна ГАБИДУЛЛИНА – магистрант образовательной программы «Цифровые инновации в филологии» Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы Россия, г. Москва, e-mail: chulpan.gabidullina@mail.ru

УДК 316.774;316.776

Для цитирования: Ч.Ф. Габидуллина. Политика в области новостных СМИ в цифровую эпоху: опыт России и Китая // Журнал «Общество и государство». 2023. № 4 (44). С.35-39. DOI: 10.24412/2224-9125-2023-4-35-39

ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ НОВОСТНЫХ СМИ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: ОПЫТ РОССИИ И КИТАЯ

АННОТАЦИЯ

Век цифровых медиа сильно изменил СМИ, расширив способы распространения новостей до интернет-платформ. Появились как общедоступные СМИ, так и узко направленные источники для отдельных пользователей. Новые формы СМИ позволяют доставлять информацию напрямую, минуя редакционный фильтр, но всё также есть контрольные органы. Цель исследования - выявить особенности новостных СМИ в эпоху цифровых медиа, на примере Китая и России, анализируя их политику и актуальность в современном мире.

В статье будут рассмотрена политика в области новостных СМИ в эпоху цифровых медиа. Новостные СМИ будут рассмотрены на пример России и Китая, как схожих по многим вопросам стран. Актуальность данного исследования обусловлена ростом популярности новых медиа и интересом аудитории к новостным СМИ.

Ключевые слова: средства массовой информации, новостные СМИ, новые медиа, цифровые медиа, СМИ Китая, СМИ России.

Chulpan Farkhatovna GABIDULLINA – Master's student of the educational program «Digital Innovations in Philology» of the Peoples' Friendship University of Russia, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba
Russia, Moscow, e-mail: chulpan.gabidullina@mail.ru

NEWS MEDIA POLICY IN THE DIGITAL AGE: THE EXPERIENCE OF RUSSIA AND CHINA

ANNOTATION

The digital media age has dramatically changed the media, expanding the ways news is distributed to online platforms. Both publicly available media and narrowly targeted sources for individual users have appeared. New forms of media allow you to deliver information directly, bypassing the editorial filter, but there are also control bodies. The purpose of the study is to identify the features of news media in the digital media era, using the example of China and Russia, analyzing their politics and relevance in the modern world.

The article will consider the policy in the field of news media in the era of digital media. The news media will be considered on the example of Russia and China, as similar countries on many issues. The relevance of this study is due to the growing popularity of new media and the audience's interest in news media.

Keywords: mass media, news media, new media, digital media, Chinese media, Russian media.

Новостные сюжеты широко используются средствами массовой информации для информирования аудитории о текущих, значимых и интересных событиях. Появление интернета и развитие глобальных технологий ускорили работу новостных журналистов.

Как и у других текстов, связанных со СМИ, основная функция новостных сообщений — предоставление информации о значимых событиях в обществе. Кроме того, новости могут содержать гипотезы, предположения, предсказания, рекомендации, нормативную

и оценочную информацию.

Функция новостного сюжета заключается не только в подробном анализе события. Самое главное — сообщить массовому адресату о событии, которое произошло или только произойдет в будущем.

В наши дни трудно представить себе людей, читающих новости в газетах. Самые актуальные и свежие новости обычно представлены в интернет-изданиях. Новости в электронных СМИ отличаются от печат-

ных текстов такими характеристиками, как оперативность, объективность, воспроизводимость и повторяемость. Эти характеристики в большей степени проявляются в коротких новостях.

Важным отличием интернет-новостей является гипертекст [9]. Гипертекст — это тип кликабельного текста, который доступен на компьютере или электронном устройстве. Нажав на этот текст, также известный как гиперссылка, пользователь перейдет на другую интернет-страницу, файл, веб-сайт или что-то еще. Эта технология считалась революционной для своего времени, так как обеспечивала легкий доступ из одного файла в другой при использовании компьютерной программы.

Существенное влияние на новостные СМИ оказывает изменение медиапотребления общества.

Прежде чем рассмотреть объем медиапотребления общества России и Китая, рассмотрим понятие и виды новых медиа.

Центральным аспектом воздействия цифровых технологий, охватывающих компьютеры и интернет, стало изменение парадигмы массовых коммуникаций. Объединенный набор продуктов и услуг, использующих информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) для целей развлечения, образования и общения, получил название «новые медиа». Существуют различные термины, используемые в новостях и академических кругах для описания новых медиа, такие как цифровые медиа, онлайн-медиа, социальные медиа и личные медиа, которые в целом можно объединить под термином «новые медиа». Однако некоторые критики утверждали, что этот термин создает искусственное противопоставление между новым и старым. Технологии, которые сделали появление новых медиа возможным, развивались на протяжении многих лет, и интернет уже существует более 40 лет.

Одной из ключевых характеристик, помимо слова «новый», которое подчеркивает явные технологические изменения по сравнению со старыми формами медиа, является понимание новых тенденций в настоящем и в будущем, так как средства массовой информации и технологии меняются быстрее, чем когда-либо прежде. То, что ныне считается новым, уже через неделю может подвергнуться устареванию. Несмотря на быстрые изменения в технологиях, большая часть новых медиа обладает многоплатформенной совместимостью, что обеспечивает некоторую стабильность. В то время как новые технологии часто делают аналоговые медиаустройства и продукты устаревшими, формат большинства объектов новых медиа остается стабильным, даже когда появляются более новые и обновленные устройства для доступа к цифровым медиа.

Новые медиа охватывают социальные платформы, блоги, видеоигры и онлайн-новостные порталы. Медиапространство представляет собой совокупность цифровых площадок и платформ, где люди общаются, создают и потребляют различные виды контента, такие как текст, звук и визуальный контент, используя для этого интернет. Более того, важным элементом медиапространства является интернет.

Согласно аналитике Mediascope, данные об аудито-

рии интернета в России на 2023 год показывают, что общее количество интернет-пользователей составило 98,2 миллиона человек (старше 12 лет), что составляет 82% населения России. Исследование компании Kerios показывает, что количество интернет-пользователей в России увеличилось на 5,9 миллиона человек (+4,8%) за период с 2022 по 2023 год.

Согласно проведенным исследованиям, в среднем россияне проводят в интернете 3 часа 40 минут ежедневно. Большая часть времени приходится на использование мобильных устройств, поскольку не все пользователи работают за компьютером, а мобильные телефоны всегда под рукой. В возрастной группе от 12 до 17 лет, время, проведенное в интернете, достигает 6 часов в день.

Три основных блока интернет-потребления в России это социальные сети (23%), мессенджеры (17%), видео (19%). На январь 2023 года, в России было 107,0 миллионов пользователей социальных сетей, что составляет 73,5% от общего числа населения.

Китай не только является крупным игроком в сфере продаж электронной коммерции, но и является страной с самым большим количеством интернет-пользователей в мире, где проживает 1,01 миллиарда интернет-пользователей (Internet World Stats, 2023). Это примерно 70% от общей численности населения в 1,47 миллиарда человек, что составляет более одной трети всех интернет-пользователей в Азии.

Это впечатляющий рост для Китая, в котором в 2000 году было всего 22,5 миллиона интернет-пользователей. Другими словами, число пользователей Интернета в Китае увеличилось почти в 45 раз всего за два с лишним десятилетия.

Исследования показали, что во время карантина из-за COVID-19 все больше людей пользуются Интернетом и интернет-услугами, наблюдая рост использования интернет-услуг с 40% до 100%. (De, Pandey and Pal, 2021). привели к изменению глобального цифрового ландшафта, в том числе в Китае.

Электронная коммерция в прямом эфире становилась все более популярной в период пандемии. С точки зрения маркетинга, есть несколько социальных каналов, которые в последнее время выделялись в Китае, причем WeChat по-прежнему остается ведущим социальным каналом. Растущая популярность потоковой электронной коммерции в прямом эфире и КОС (Key Opinion Customers), Douyin (китайская версия TikTok), Little Red Book и Zhihu начинают демонстрировать свою силу, помогая брендам повышать осведомленность, привлекать внимание и продавать продукты.

Такой объем медиапотребления привел к изменению новостных СМИ в Китае и России.

Далее рассмотрим особенности СМИ в цифровую эпоху в Китае. Согласно Конституции Китая, статья 35 закрепляет, что граждане Китая обладают свободой слова, печати, собраний, объединений, мирных собраний и демонстраций. Однако в соответствии со статьями 51–52, это право осуществляется с учетом ограничений, таких как обязанность не причинять вред другим гражданам, обществу и государству.

Интернет в Китае регулируется множеством законов и правовых актов. Это касается регистрации доменов, новостных материалов, информационных услуг и т.д.

Уникальной особенностью интернета в Китае является технологический проект под названием «Great Firewall» («Великий Китайский Файерволл»).

Китайское правительство известно своей ограничительной политикой использования интернета. Цензура веб-контента, особенно из-за пределов Китая, является проблемой для иностранных предприятий, которые хотят охватить 1 млрд. интернет-пользователей в стране.

Великий брандмауэр Китая относится к набору правовых и технологических мер, принятых Китайской Народной Республикой для регулирования внутреннего использования Интернета.

Великий брандмауэр — это всеобъемлющий термин, объясняющий активный подход китайского правительства к регулированию внешнего влияния на киберпространство. Применяя как технологические инструменты, так и законодательство, правительство Китая подвергает цензуре и блокирует иностранные источники информации и платформы в Интернете, такие как Google, Facebook и Twitter. Политика запрещает контент, который может нанести ущерб его национальной безопасности или неуместен для его населения. Иностранные веб-сайты, которые хотят показываться в Китае, должны соблюдать определенные правила и положения.

Китайское правительство разрешает иностранным веб-сайтам работать на своей территории, если они соответствуют его интересам в отношении пользователей сети.

То, что китайское правительство замедляет весь трансграничный интернет-трафик, верно лишь отчасти. Есть способы избежать цензуры в Китае, которых можно достичь, сотрудничая с опытными профессионалами в этой области.

Китай создал GFOC на основе концепции, согласно которой внутренний интернет Китая является частью суверенитета страны. Таким образом, правительство Китая напрямую контролирует использование Интернета.

С китайской точки зрения фильтрация контента вполне оправдана. Когда в 1980-х годах в китайской экономике начались рыночные реформы и она открылась для международной торговли, власти почувствовали необходимость отстаивать свои социальные ценности. Это объясняет, почему Министерство общественной безопасности Китая решило фильтровать контент, который его жители будут просматривать в Интернете. Поэтому власти разработали план и установили собственный набор принципов. Конечная цель Китая — сделать киберпространство безопасным для своего народа и правительства.

В соответствии с Положениями об экологическом регулировании сетевого информационного контента, выпущенными Администрацией киберпространства Китая в 2019 году и вступившими в силу в марте 2020 года, 11 категорий информации могут быть заблокированы, подвергнуты цензуре или отфильтро-

ваны, чтобы предотвратить доступ к ней ее граждан. Он включает информацию, которая может:

- нарушение основных принципов, установленных китайской конституцией;
- нарушение установленного общественного порядка и социальной стабильности через распространение слухов;
- пропаганда терроризма или экстремизма, а также подстрекательство к террористической или экстремистской деятельности;
- подрыв безопасности нации, разглашение государственных секретов, препятствие единству и целостности нации или подрыв государственной власти;
- нанесение ущерба интересам или чести нации;
- распространение феодальных суеверий, злых культов и подрыв национальной политики в религиозных вопросах;
- воспитание расизма, ненависти и подрыв солидарности людей;
- распространение непристойного, порнографического, террористического, насильственного, жестокого и порочащего материала, а также подстрекательство к совершению преступлений;
- оскорбление или порочение третьих лиц, включая нарушение их законных прав и интересов;
- оскорбление, порочение или клевета в отношении имени и репутации героев;
- другое содержание, запрещенное законами и административными правилами.

GFOC является неотъемлемым компонентом проекта Golden Shield, механизма безопасности, ориентированного на базы данных, который появился в 2000 году и позволил китайскому правительству получить доступ к записям данных своих граждан. В то же время механизм позволяет властям связывать параметры своей безопасности с органами управления своей национальной безопасности. Кроме того, этот инструмент также направлен на защиту внутреннего рынка Китая, помогая таким организациям, как Alibaba и WeChat, процветать.

Китай применяет несколько мер для фильтрации контента в этой системе. Эти изощренные меры эффективно защищают от контента, который государство считает неприемлемым. Некоторые из этих механизмов включают:

- пакетная фильтрация;
- блокировка IP;
- отклонение IP-адреса на основе ключевых слов;
- распознавание лиц;
- распознавание речи;
- кредитные записи;
- DNS-инъекция.

Китай строго регламентирует доступ к сети, а правительство имеет полный контроль над записями своих граждан.

Великий брандмауэр Китая действует по всей стране, за исключением ее САР (особых административных районов). Этот механизм был сформулирован как часть нормы страны «Одна страна — две системы». Поэтому такие САР, как Макао и Гонконг, не имеют этих механизмов филь-

трации и ограничений. В SAR правовая и государственная системы разные.

Таким образом, эти области в большей степени пользуются автономией. Тем не менее, центральные правительственные органы внимательно следят за внутренними интернет-пользователями в этих районах Китая. Администрация также применяет Закон о национальной безопасности Гонконга для блокировки веб-сайтов, которые документируют протесты против правительства.

Благодаря механизмам Великого брандмауэра китайские интернет-пользователи часто полагаются на VPN. С помощью VPN они могут получить доступ к Instagram, Facebook, Youtube и другим веб-сайтам социальных сетей, которые иначе недоступны.

Китай обычно блокирует сайты, которые размещены за пределами его материка. Это не позволяет сторонним организациям предоставлять контент, который администрация считает неуместным в соответствии с местным законодательством. Важно отметить, что на скорость размещенного веб-сайта может влиять расстояние между сервером и пользователем. Если кто-то обнаружит, что их веб-сайт работает медленно в Китае или вообще не работает, проблема может заключаться в хостинге. В этой ситуации необходим китайский хостинг, который мгновенно сократит время поиска доменных имен. При этом конечные пользователи сайта получают лучший опыт. Организации также увидят лучшее онлайн-представление в поисковых системах Китая [10].

Все СМИ, в том числе новостные, должны получить лицензию и работать согласно «Положению об управлении новостными интернет-сервисами». Новости не может публиковать кто угодно, для этого репортеры должны получить корреспондентское удостоверение, которое дает право публиковать статьи и проводить интервью.

Еще одним регулирующим органом является Отдел пропаганды Центрального комитета Коммунистической партии Китая (КПК). СМИ в Китае является «четвертой властью» в стране.

Еще более современный вид имеют СМИ на площадках WeChat, Weibo, Douyin, Little Red Book, которые были рассмотрены выше. Государственные СМИ Китая также создают аккаунты в этих социальных сетях, чтобы идти в ногу со временем.

В России контроль за новостными СМИ осуществляется Роскомнадзором, который занимается регистрацией СМИ, поддержанием их реестра, лицензированием телевизионной и радиовещательной деятельности, выдачей разрешений на работу иностранных СМИ в России, и надзором за соблюдением многочисленных правил. В случае нарушения этих правил по мнению ведомства, оно выносит предписание, наказывает, блокирует незаконный контент и при необходимости обращается к правоохранительным органам или в суд [5].

Роскомнадзор имеет право блокировать доступ к информации по решению суда, если таковая считается запрещенной к распространению. Например, судебное решение обязательно для блокировки сайтов с пиратским контентом.

Однако, не только суд принимает решения о блокировке ресурсов. В определенных случаях Роскомнадзор может действовать самостоятельно, либо по требованию генеральной прокуратуры.

Например, в России запрещено распространение экстремистской информации, список которой ведет Министерство юстиции, и признают суды. Новостным СМИ также запрещается упоминать экстремистские организации без соответствующего дисклеймера, указывать на их деятельность и демонстрировать их символику. Роскомнадзор может заблокировать информационный ресурс без судебного решения по требованию генеральной прокуратуры или её заместителей за распространение таких материалов.

Экстремистская деятельность и её оправдание не единственные причины, по которым генеральная прокуратура может требовать блокировки сайта. Существуют и другие основания, такие как призывы к массовым беспорядкам, ложные сообщения о терроризме, апология терроризма, предложения купить поддельные документы, информация от организаций, признанных нежелательными или запрещенными в России, предложения использовать финансовые услуги организаций без соответствующей лицензии, оскорбления людей или ущерб общественной нравственности, а также выражение неуважения к обществу, государству, его символам, Конституции, власти, клевета и другие.

Блокируют не только СМИ, но и любые интернет-ресурсы, на которых обнаружили нарушения.

Таким образом, новостные СМИ в эпоху цифровых медиа строго контролируются различными государственными органами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Амзин А. А. Особенности медиапотребления // Как новые медиа изменили журналистику 2012–2016 Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016 / URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/> (дата обращения: 01.12.2023).

2. Взаимодействие Китая и России в сфере массовой информации: от подхода «Россия как модель для подражания» до равного сотрудничества [Электронный ресурс]. — URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2020/2/vzaimodeystvie-kitaya-i-rossii-v-sferemassovoy-informatsii-ot-podkhoda-rossiya-kak-model-dlya-podra/> (дата обращения: 01.12.2023).

3. Дзялошинский И. М. Интернет в системе медианпространства [Электронный ресурс]. — URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/eb7zzy2hs/direct/152667259> (дата обращения: 01.12.2023).

4. Измерение потребления новостей в эпоху цифровых технологий [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/2020/12/08/measuring-news-consumption-in-a-digital-era/> (дата обращения: 01.12.2023).

5. Как устроен Роскомнадзор и чем он занимается, кроме блокировки сайтов [Электронный ресурс]. — URL: <https://journal.tinkoff.ru/guide/rkn/> (дата

обращения: 01.12.2023).

6. Медианотребление 2023 [Электронный ресурс]. — URL: <https://ict.moscow/research/mediapotreblenie-2023/> (дата обращения: 01.12.2023).

7. Новые медиатехнологии [Электронный ресурс]. — URL: <https://open.lib.umn.edu/communication/chapter/16-1-new-media-technologies/> (дата обращения: 01.12.2023).

8. СМИ в Китае [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.chinahighlights.com/travelguide/guidebook/china-media.htm> (дата обращения: 01.12.2023).

9. Цензура (контроль) в интернете. Опыт России [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.tadviser.ru> (дата обращения: 01.12.2023).

10. The Digital Landscape in China [Электронный ресурс]. — URL: <https://opengovasia.com/chinas-digital-transformation-map-2023/> (дата обращения: 01.12.2023).

SPISOK LITERATURY:

1. Amzin A. A. *Osobennosti mediapotrebleniya // Kak novyye media izmenili zhurnalistiku 2012–2016* Ekaterinburg: Gumanitarnyy universitet. 2016 / URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/> (дата обращения: 01.12.2023).

2. *Vzaimodeystviye Kitaya i Rossii v sfere massovoy informatsii: ot podkhoda «Rossiya kak model dlya podrazhaniya» do ravnogo sotrudnichestva* [Elektronnyy resurs]. — URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2020/2/vzaimodeystvie-kitaya-i-rossii-v-sfere-massovoy-informatsii-ot-podkhoda-rossiya-kak-model-dlya-podra/> (дата

obrashcheniya: 01.12.2023).

3. Dzyaloshinskiy I. M. *Internet v sisteme mediaprostranstva* [Elektronnyy resurs]. — URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/eb7zry2hs/direct/152667259> (дата обращения: 01.12.2023).

4. *Izmereniye potrebleniya novostey v epokhu tsifrovyykh tekhnologiy* [Elektronnyy resurs]. — URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/2020/12/08/measuring-news-consumption-in-a-digital-era/> (дата обращения: 01.12.2023).

5. *Kak ustroyen Roskomnadzor i chem on zanimayetsya. krome blokirovki saytov* [Elektronnyy resurs]. — URL: <https://journal.tinkoff.ru/guide/rkn/> (дата обращения: 01.12.2023).

6. *Mediapotrebleniye 2023* [Elektronnyy resurs]. — URL: <https://ict.moscow/research/mediapotreblenie-2023/> (дата обращения: 01.12.2023).

7. *Novyye mediatekhnologii* [Elektronnyy resurs]. — URL: <https://open.lib.umn.edu/communication/chapter/16-1-new-media-technologies/> (дата обращения: 01.12.2023).

8. *SMI v Kitaye* [Elektronnyy resurs]. — URL: <https://www.chinahighlights.com/travelguide/guidebook/china-media.htm> (дата обращения: 01.12.2023).

9. *Tsenzura (kontrol) v internete. Opyt Rossii* [Elektronnyy resurs]. — URL: <https://www.tadviser.ru> (дата обращения: 01.12.2023).

10. *The Digital Landscape in China* [Elektronnyy resurs]. — URL: <https://opengovasia.com/chinas-digital-transformation-map-2023/> (дата обращения: 01.12.2023).

