

политическое имя партии основополагающим атрибутом партийных СМИ. В статье 1989 г. «Постигая основы журналистики» он четко заявил, что «партийность, которую мы подчеркиваем, включает в себя подтекст народности». 19 августа 2013 г. Си Цзиньпин на конференции по пропаганде и идеологической работе подчеркнул актуальность принципа объединения партийных и народных ценностей.

В китайских научных кругах существует общее мнение, что в обязанности партийной прессы всегда входило распространение идей Коммунистической партии и отражение воли народа и что партийная пресса является не только важным инструментом управления страной, но и важным форумом для служения массам. Воспринимая историю как урок и осознавая реальность своих обязанностей, партийная пресса должна подумать о том, как пропагандировать и практиковать ценность народности в новую эпоху, а также признавать и практиковать диалектическое единство партийности и народности.

Сюй Луньхуэй

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: к. полит. н., ст. преп. Лай Линчжи

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В СФЕРЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МЕДИА КИТАЯ

Свобода в «глобальной паутине» наряду с таким несомненным плюсом, как беспрецедентная возможность по распространению авторского контента каждым человеком, обернулась целым рядом негативных последствий. Указанное обстоятельство вынудило правительства и частные компании искать пути регулирования интернета. Данная тенденция затронула и медиасферу, в первую очередь — онлайн-медиа.

В связи с этим особый интерес со стороны медиаисследователей и представителей медиаиндустрии вызывает опыт КНР, где сложилась модель государственно-частного партнёрства в сфере контроля над деятельностью интернет-СМИ.

Объект исследования данного исследования — интернет-медиа Китая.

Предмет исследования — особенности взаимодействия государства и бизнеса в сфере регулирования интернет-медиа.

Цель исследования заключается в выявлении взаимодействия государства и бизнеса в сфере регулирования интернет-медиа Китая.

В работе используются следующие методы исследования: структурно-функциональный анализ, институциональный анализ и нормативный анализ.

Материалами для анализа взаимодействия государства и бизнеса в сфере регулирования интернет-медиа Китая являются публикации информационного агентства «Синьхуа», онлайн-СМИ The Paper, интернет-платформы Sina Weibo и соответствующие законы постановления, изданные правительством Китая.

Проведя анализ, мы сделали вывод, что существующая в Китае система регулирования интернет-медиа состоит из двух компонентов, а именно правительственных и отраслевых союзов, образующих вертикальную систему регулирования: государство регулирует интернет-медиа, издавая правила управления информационными службами интернет-новостей и более целенаправленные положения с уточнением обязанностей всех сторон, участвующих в информационной службе интернет-СМИ, таких как компетентные государственные органы и интернет-предприятия. Кроме того, предприятия осуществляют активное сотрудничество с государством в области регулирования интернет-медиа. Например, в рамках организации национальных компетентных органов китайские интернет-предприятия последовательно приступили к подписанию соглашения о самодисциплине и создали организацию отраслевого альянса — Интернет-сообщество Китая. В данном случае отраслевой альянс следует распоряжениям правитель-

ства, а также по своей инициативе проводит самостоятельную проверку информации в интернет-медиа, запрещает блогерам публиковать неуместные высказывания, онлайн-хостингам — выступать с высказываниями, не соответствующим партийному курсу, а средствам массовой информации — вести ложную пропаганду. Кроме того, в сотрудничестве между государством и предприятиями была продвинута онлайн-система реальных имен, с тем чтобы каждый издатель и отправитель информации мог нести ответственность за содержание опубликованной в Интернете информации и совместными усилиями всех сторон создавалась здоровая интернет-среда.

На основе исследования мы пришли к выводу, что регулирование интернет-медиа Китая осуществляется тесным взаимодействием правительства и предприятий.

Тан Цзыюэ

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: к. полит. н., ст. преп. Лай Линчжи

СМИ КНР в Африке

В последние годы наблюдается стремительное развитие китайско-американских отношений, увеличивается объем экономической помощи Китая африканским странам, учащается торговый обмен и коммерческое сотрудничество между двумя сторонами. На данном фоне особенно важно, чтобы Африка услышала голос Китая и мир справедливо и объективно освещал данные двухсторонние отношения. В связи с этим китайские СМИ прилагают усилие в расширении присутствия в Африке.

В данной работе методом мониторинга и анализа научной литературы по теме определены влиятельные СМИ Китая, функционирующие на территории Африки, а также изучены их популярность и влияние на местных жителей.