

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КОНСТИТУЦИОННОГО ПРАВА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Научная статья
УДК 34.05
DOI: 10.18101/2658-4409-2026-1-5-13

О некоторых аспектах правового регулирования цифровых медиа в КНР

© **Гунзынов Жаргал Паламович**
старший преподаватель
gzzrl@yandex.ru

© **Мяханова Александра Николаевна**
кандидат юридических наук
alex27-m@mail.ru

Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Ранжурова, 5

Аннотация. В статье проводится анализ основных правовых актов, содержащих нормы, направленные на регулирование цифровых медиа в Китайской Народной Республике, где сформировалось особое медиапространство, с одной стороны, в условиях блокировки западных интернет-сервисов, с другой — в условиях бурного технологического развития. Это выразилось, в частности, в создании мессенджеров (WeChat и др.), обладающих более широким функционалом, чем зарубежные, а также в создании сервисов, популярность которых вышла далеко за пределы Китая и повлияла на трансформацию медиапространства в мировых масштабах (например, Tik Tok).

Авторами проводится попытка обобщить основные аспекты правового регулирования указанной сферы в КНР, а также дать оценку эффективности отдельных мер, закрепленных в законодательстве и направленных на решение различных проблем, возникающих в медиасфере.

В частности, кратко рассмотрены вопросы развития законодательства КНР о цифровых медиа, проанализировано содержание основных правовых актов Китая по указанной теме.

Ключевые слова: право Китая, цифровые медиа, СМИ, мессенджеры, социальные сети, сравнительное правоведение, медиаправо.

Для цитирования

Гунзынов Ж. П., Мяханова А. Н. О некоторых аспектах правового регулирования цифровых медиа в КНР // Вестник Бурятского государственного университета. Юриспруденция. 2026. Вып. 1. С. 5–13.

Китай уже много лет является одним из мировых технологических лидеров. Отражается это и на развитии медиасферы, где также активно внедряются новые способы и методы коммуникации и информационной деятельности. Китай занимает ведущие позиции в мире по общему количеству интернет-пользователей,

производимому и потребляемому интернет-контенту, обороту денежных средств и иного капитала в медиабизнесе. Все перечисленное не могло не найти свое отражение в законодательстве, которое, с одной стороны, является одним из самых развитых в вопросах регулирования деятельности в сети Интернет, с другой стороны, обладает рядом особенностей.

Начало исследуемому вопросу было положено в 1994 г., когда Китай был подключен к Всемирной сети. Правда, на первых этапах доступ был разрешен исключительно в научных целях. Но ситуация поменялась 17 мая 1995 г., когда Министерство связи КНР предоставило общественный доступ в интернет¹.

Число пользователей сети Интернет росло в геометрической прогрессии и к концу 2001 г. превысило 200 млн человек [1]. Неудивительно, что в Китае уже на ранних этапах стали формироваться государственная политика и законодательство, касающиеся деятельности в сети. Данный процесс олицетворял собой институализацию медиасферы, которая в КНР проявилась прежде всего в укреплении правительством общественного и экономического порядка посредством учреждения правового режима [2].

Так, в 2000 г. были приняты «Правила телекоммуникации в КНР»², которые имели большое значение для дальнейшего развития законодательства в указанной сфере. В частности, в ч. 2 ст. 2 Правил дается легальное определение термина «телекоммуникация». Под ней понимается деятельность по передаче, отправке или приему голосовой связи, текста, данных, изображений и любой другой формы информации с использованием проводных, беспроводных электромагнитных систем или оптоэлектронных систем. По большому счету такая формулировка способна охватить все формы деятельности в сети Интернет, поэтому указанный акт может применяться в самых разных правовых ситуациях.

Также в ст. 4 Правил создается правовая основа для осуществления коммерческой деятельности в сети Интернет. Здесь закрепляются принципы разделения государства и предприятия, ликвидации монополий, поощрения конкуренции, содействия развитию, а также открытости, справедливости и беспристрастности. Фактически уже на раннем этапе в Китае была создана база для свободных рыночных отношений в сети Интернет.

Но при этом нельзя не отметить, что фактическое господство государства в телекоммуникационной деятельности сохраняется. Это связано, во-первых, с обязательным лицензированием деятельности, во-вторых, такую лицензию могут получить только организации, 51% акций или капитала которых являются государственными (соответствующие положения установлены ст. 10 указанных правил). В-третьих, государство может запрашивать для проверки финансовую документацию для обоснования установления тарифов операторами сетей, по

¹ Хронология основных событий в истории общедоступного компьютерного интернета Китая (中国公用计算机互联网全国大事记) // Новости Чжэнчжоу. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s?biz=MzA5MDczMDAzMA==&mid=200798829&idx=4&sn=7c438c5846f41b777139c1bba32004d8&chksm=1e04692c2973e03a66a40ac3da2e1347ce2eb9ef6cf2dd2a4ad609dfb54d4ba178c89d9b4aa7&scene=27> (дата обращения: 15.10.2025)

² Правила коммуникации Китайской Народной Республики : указ Государственного совета КНР от 25.09.2000 № 291. URL: https://sdca.miit.gov.cn/zwgk/fgbz/art/2025/art_ae6d9595b368456d8b3ca76adf1dafb8.html (дата обращения: 15.10.2025)

своему усмотрению перераспределять доступ к телекоммуникационным ресурсам (сетям, спутниковой связи и т. д.).

Как отмечал Вэй Юнчжэн, «на фоне рыночной экономики китайские СМИ имеют двойную специфику: с точки зрения политики они остаются непроизводственным органом, непосредственно подчиняющимся органам власти; а с точки зрения экономики они должны работать как коммерческие предприятия и сами зарабатывать средства и выживать в рыночных условиях» [3]. Свое проявление это утверждение находит в том, что деятельность СМИ и других медиаресурсов должна соответствовать государственной идеологии. Примеры таких положений будут приведены далее в настоящей статье.

Еще одним правовым актом, принятым на ранних этапах, стало «Положение об управлении коммерческими помещениями, предоставляющими интернет-услуги» 2002 года¹. Положение состоит из пяти глав и тридцати восьми статей, уточняющих, что за утверждение и надзор за деятельностью учреждений и их функционирование отвечает департамент культуры, за сетевую безопасность и пожарную безопасность — органы общественной безопасности, а за лицензирование предприятий — департаменты промышленности и торговли. Положение предусматривает систему лицензирования, запрещающую размещение учреждений в радиусе 200 метров от начальных и средних школ и в жилых домах, а также требуется, чтобы учреждения были оборудованы средствами обеспечения безопасности и подключены к интернету через локальную сеть. Нормативные акты, регулирующие деятельность, включают запреты на распространение незаконной информации, допуск несовершеннолетних и работу вне разрешенного времени; нарушители будут подвергаться таким наказаниям, как закрытие предприятия, штрафы или лишение лицензии, а законный представитель лица, получившего отозванную лицензию, будет отстранен от работы в отрасли на пять лет.

Причины принятия вышеуказанного положения, который в обыденной речи называют «закон об интернет-кафе», самые разные. Это и контроль за информацией, которую получают пользователи, за сайтами и продуктами, которыми они пользуются. Но особое место занимает контроль за состоянием здоровья посетителей. К сожалению, нередки случаи, особенно распространенные среди молодежи, когда пользователи интернет-ресурсов практически круглосуточно проводят время за компьютером, зачастую не высываясь, что может привести не только к серьезным проблемам со здоровьем, но и к летальным исходам.

Например, ночь с 13 на 14 февраля 2025 г. в городе Даяо 20-летний Цзинь провел в компьютерном клубе. Придя утром домой, Цзинь потерял сознание в ванной и скончался. Согласно судебно-медицинской экспертизе, причиной смерти Цзинь стала внезапная сердечная смерть, вызванная острым приступом ишемической болезни сердца.

¹ Об утверждении Положения об управлении коммерческими помещениями, предоставляющими интернет-услуги : постановление Государственного совета КНР № 363 от 29.09.2002. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%92%E8%81%94%E7%BD%91%E4%B8%8A%E7%BD%91%E6%9C%8D%E5%8A%A1%E8%90%A5%E4%B8%9A%E5%9C%BA%E6%89%80%E7%AE%A1%E7%90%86%E6%9D%A1%E4%BE%8B/4367247#1> (дата обращения: 15.10.2025)

Семья Цзиня подала в суд на киберспортивную арену и ее оператора, компанию Du, требуя компенсацию в размере более 1,57 миллиона юаней. Суд удовлетворил иск частично, руководствуясь статьей 22 «Положения об управлении пунктами предоставления интернет-услуг». Данная норма устанавливает, что ежедневное время работы пунктов предоставления интернет-услуг ограничено периодом с 8:00 до 24:00. Киберспортивная арена в Даяо нарушила это положение, работая в ночное время и не выполнив своих обязательств по информированию, предупреждению и консультированию потребителей о необходимости заботиться о своем здоровье и безопасности¹.

Другие аспекты, на которые было обращено внимание в законодательстве, — это вопросы рекламной деятельности. Как уже отмечалось, в Китае уже с первых лет появления доступа в интернет наметился тренд на коммерциализацию такой деятельности. В 2023 г. был принят специальный правовой акт, регулирующий рекламу в интернете, — «Меры по регулированию интернет-рекламы»².

Указанный акт в ст. 3 устанавливает, что «государство поощряет и поддерживает развитие социальных рекламных кампаний в интернете, направленных на продвижение основных социалистических ценностей и выдающейся традиционной китайской культуры, а также на пропаганду цивилизованных практик». Данное положение отражает единство свободы рынка и влияния государственной идеологии в медиасфере, упоминание о котором приводилось в настоящей статье ранее.

Также в указанном акте содержатся специальные требования к рекламным материалам в сети Интернет. Так, согласно ст. 9, интернет-реклама должна быть идентифицируемой и позволять потребителям распознавать ее как рекламу. Для товаров или услуг, рекламируемых в результатах поиска, рекламодателям следует четко обозначать их как «реклама», чтобы отличать от иных результатов поиска.

За исключением случаев, когда публикация или завуалированная публикация рекламы запрещена законами и административными нормативными актами, рекламодатели, продвигающие товары или услуги посредством предоставления знаний, обмена опытом, оценки потребителей или иными способами, и прилагающие ссылки на магазины или другие способы покупки должны четко обозначать рекламу как «реклама».

В ст. 10 регулируются вопросы, связанные с рекламой, осуществляемой путем всплывающих окон. При публикации интернет-рекламы в виде всплывающих окон или аналогичных форматов рекламодатели и издатели должны четко указывать кнопку закрытия, обеспечивающую закрытие одним щелчком мыши, при этом запрещаются следующие ситуации:

- рекламное объявление может быть закрыто только тогда, когда отсутствует индикатор закрытия или истек таймер;
- объявление является ложным, нечетким или его трудно найти, что создает препятствия для закрытия объявления;
- для закрытия объявления требуется как минимум два клика;

¹ Смерть молодого человека в интернет-кафе // ИА Red Star News. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1851647036290029077> (дата обращения: 15.10.2025).

² Меры по управлению интернет-рекламой : приказ Государственного управления по регулированию рынка КНР № 72 от 25.02.2023. URL: https://www.gov.cn/zhengce/202305/content_6858084.htm (дата обращения: 15.10.2025).

– если во время просмотра той же страницы или документа реклама продолжает всплывать после закрытия страницы, влияя на нормальное использование сети пользователем;

– другие действия, влияющие на функцию выключения одним нажатием кнопки.

Также в законодательстве Китая немалое внимание уделено регулированию информационной деятельности в сети органов власти. В 2007 г. было принято постановление Китайской Народной Республики «Об открытой правительственной информации»¹, где закрепляются основы государственной информационной политики. В данном документе закрепляются такие права, как право на получение информации от государственных органов, право на неприкосновенность частной жизни, право на защиту от клеветы. В ст. 3 постановления указано, что «народные правительства на различных уровнях должны прилагать больше усилий для организации и руководства работой по раскрытию правительственной информации». При этом объем такой информации не безграничен. В ст. 9 приводится перечень информации, которую должен опубликовывать любой орган власти. Сюда относятся:

1) информация, касающаяся жизненно важных интересов граждан, юридических лиц или других организаций;

2) информация, которая должна быть широко известна общественности или касаться участия общественности;

3) информация, отражающая структуру, обязанности, порядок рассмотрения дел и другие аспекты деятельности административного органа;

4) другая информация, которая должна быть добровольно раскрыта административным органом в соответствии с законами, нормативными актами и соответствующими государственными положениями.

Как отмечает профессор Ван Кай, цель принципа открытости и гласности в деятельности органов власти — позволить общественности контролировать действия правительства, поддерживая принцип «свет — лучшее средство профилактики» [4].

Но особое внимание в законодательстве КНР уделено регулированию деятельности с использованием мессенджеров. В КНР заблокированы все иностранные мессенджеры, такие как WhatsApp, Telegram, Viber и др., и разрешено использовать только их китайские аналоги, самые популярные из которых — WeChat и QQ. При этом по абсолютному числу зарегистрированных пользователей указанные приложения способны составить конкуренцию мировым лидерам. Так, по состоянию на конец 2025 г. в WeChat насчитывалось 1,41 млрд пользователей².

При этом для китайских мессенджеров остаются актуальными все те же проблемы — обеспечение приватности общения, сохранность персональных данных, недопущение противоправных действий. Последнее особенно актуально в связи с тем, что WeChat является также средством обеспечения доступа

¹ Об открытой правительственной информации : постановление Китайской Народной Республики от 04.05.2007 № 492. URL: <https://www.lawinfochina.com/display.aspx?lib=law&id=6011&CGid#> (дата обращения: 15.10.2025).

² WeChat Statistics 2026 (Monthly Active Users & Revenue) // Статистический портал DemandSage. URL: <https://www.demandsage.com/wechat-statistics/> (дата обращения: 15.10.2025).

к государственным сервисам (по аналогии с Госуслугами), осуществления платежей, использования электронных цифровых подписей для совершения иных юридически значимых действий. Учитывая появление нашего отечественного мессенджера Мах со схожим функционалом, исследование вопросов регулирования деятельности китайских мессенджеров обретает новую значимость.

Проведем краткий анализ основных правовых актов КНР, регулирующих деятельность мессенджеров. Во-первых, вступивший в силу 1 января 2026 г. закон КНР от 29.12.2025 «О кибербезопасности»¹, который предусматривает, что операторы связи обязаны обеспечивать безопасность сети, принимать технические и другие необходимые меры для устранения угроз безопасности и предотвращать действия, которые ставят под угрозу безопасность сети. Для онлайн-платформ, таких как WeChat, эти положения должны соблюдаться для обеспечения безопасности данных пользователей и предотвращения таких рисков, как кибератаки и утечки данных.

Во-вторых, закон КНР «О защите персональных данных»² определяет требования к сбору, использованию, обработке и защите персональных данных. При обработке персональных данных пользователей WeChat должен придерживаться принципов законности, легитимности и необходимости, а также получать согласие пользователя. В то же время WeChat должен принимать необходимые меры для обеспечения безопасности персональных данных пользователей и предотвращения их незаконного получения, утечки или неправомерного использования.

В-третьих, ряд специальных актов, посвященных мессенджерам и социальным сетям. Среди них Административный регламент в отношении информационных услуг в интернете³. Данный регламент определяет обязанности и ответственность поставщиков интернет-информационных услуг, включая требования к контролю за содержанием информации, ведению учета и содействию в расследованиях. Как поставщик интернет-информационных услуг, WeChat обязан соблюдать этот регламент, чтобы гарантировать законность и соответствие информационного контента на своей платформе, а также предотвратить распространение незаконной или вредоносной информации. Также речь идет о Правилах управления информацией о персональных данных пользователей⁴. Данное положение устанавливает конкретные требования к управлению информацией об учетных записях

¹ О кибербезопасности : закон КНР от 29.12.2025. URL: https://www.cac.gov.cn/2025-12/29/c_1768735112911946.htm (дата обращения: 15.10.2025).

² О защите персональных данных : закон КНР от 20.08.2021 г. URL: https://www.jingyuan.gov.cn/zfxxgk/bmhzxxxgk/bmdw/nyncj/zfxxgkzd/zfxxgkzd/art/2023/art_32141b10f88d47699e74fb67cd8950fe.html (дата обращения: 15.10.2025)

³ Об утверждении административного регламента по регулированию деятельности в сфере интернет-информационных услуг : указ № 292 Государственного совета КНР от 25 сентября 2000 г. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%92%E8%81%94%E7%BD%91%E4%BF%A1%E6%81%AF%E6%9C%8D%E5%8A%A1%E7%AE%A1%E7%90%86%E5%8A%9E%E6%B3%95/243355> (дата обращения: 15.10.2025).

⁴ Об утверждении Положения о защите персональных данных пользователей в сети Интернет : приказ Министерства промышленности и информационных технологий КНР № 24 от 16.07.2013 г. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E7%94%B5%E4%BF%A1%E5%92%8C%E4%BA%92%E8%81%94%E7%BD%91%E7%94%A8%E6%88%B7%E4%B8%AA%E4%BA%BA%E4%BF%A1%E6%81%AF%E4%BF%9D%E6%8A%A4%E8%A7%84%E5%AE%9A/8233039#reference-7> (дата обращения: 15.10.2025).

интернет-пользователей, включая правила регистрации, использования и управления учетными записями. WeChat обязан строго управлять информацией об учетных записях пользователей в соответствии с этими правилами, чтобы предотвратить неправомерное использование и утечку информации об учетных записях.

Еще один правовой акт — Правила управления информационными сервисами интернет-групп¹. Данное положение уточняет обязанности и обязательства поставщиков и пользователей сервисов группового обмена сообщениями в интернете, включая требования к созданию, управлению и содержанию групп. WeChat обязан соблюдать данное положение, регулировать управление группами на своей платформе и обеспечивать, чтобы информация, содержащаяся в группах, была законной и соответствовала законодательству.

С 1 января 2026 г. вступили в силу поправки в закон Китайской Народной Республики «О наказаниях за действия в сфере общественной безопасности»². Они касаются ужесточения наказания за отправку «непристойных» сообщений, под которыми в первую очередь понимаются материалы порнографического содержания. При этом конкретизируется, что независимо от того, происходит ли распространение в публичной группе WeChat или в частном чате, правонарушитель может быть задержан на 10–15 дней и оштрафован на сумму до 5000 юаней. За незначительные правонарушения он также может быть задержан на срок до 5 дней или оштрафован на сумму от 1000 до 3000 юаней³.

Также к ответственности привлекаются администраторы групп, в которых распространялась запрещенная информация. Согласно ст. 3 «Толкования (II) Верховного народного суда и Верховной народной прокуратуры по ряду вопросов, касающихся конкретного применения закона при рассмотрении уголовных дел, связанных с производством, воспроизведением, публикацией, продажей и распространением непристойной электронной информации с использованием интернета, мобильных коммуникационных терминалов и голосовых информационных платформ», если в интернете создана группа главным образом с целью распространения непристойной электронной информации и число ее членов достигает 30 или более человек или влечет за собой серьезные последствия, то создатель, руководитель и главный распространитель подлежат осуждению и наказанию за преступление распространения непристойных материалов в соответствии с положениями ст. 364, п. 1 Уголовного кодекса КНР⁴.

¹ Об утверждении Правил управления информационными сервисами интернет-групп : приказ Государственного управления по вопросам интернет-управления от 07.09.2017. URL: https://www.cac.gov.cn/2017-09/07/c_1121623889.htm (дата обращения: 15.10.2025).

² О наказаниях за действия в сфере общественной безопасности : закон КНР от 28.08.2005. URL: <http://www.wuji.gov.cn/columns/6c9ae05d-894d-44d6-b1df-dfee813998f8/202602/11/dd608fee-b7ad-44a8-b465-c6c2a4047731.html> (дата обращения: 15.10.2025).

³ Начиная с 1 января следующего года отправка непристойных фотографий или видео друзьям в личных чатах станет незаконной (明年1月1日起, 跟好友私聊发不雅照片或视频也违法) // ИА «Право Уцзяна». URL: https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzA4OTcxMDYxMQ==&mid=2650925957&idx=2&sn=a715b74e0038a5f9e57a986d0c1aa653&chksm=8a8290de1a0d4bd635a3d2b86a5292b746d78e50dca27ea3fe9e18632dfa66f88dab0c0460b&scene=27 (дата обращения: 15.10.2025).

⁴ Разъяснение Верховного народного суда и Верховной народной прокуратуры по ряду вопросов, касающихся применения права при рассмотрении уголовных дел, связанных

В заключение стоит отметить, что законодательство КНР в сфере цифровых медиа не ограничивается только рассмотренными в настоящей статье правовыми актами. Оно обширно и развито, чему в немалой степени способствует технологическое развитие Китая, в связи с чем у государства появляются действенные рычаги влияния на киберпространства, что является гарантией обеспечения прав и свобод граждан и организаций, повышения уровня кибербезопасности.

Учитывая, что в Российской Федерации складывается схожая ситуация, связанная с блокировкой западных сервисов, развитием отечественных информационных продуктов, опыт Китая возможно использовать и в российском медиапространстве. В частности, в вопросах обеспечения правового регулирования деятельности мессенджеров, ввода в действие отечественного мессенджера МАХ, схожего по функционалу с WeChat, развития социальных сетей, а также обеспечения кибербезопасности.

Литература

1. Цзя Лежун. Интернет и китайские онлайн-СМИ. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2004. С. 57.
2. Дун Яфэн. Радиовещание в системе современных СМИ Китая. – Москва : Этносоциум, 2020. С. 26.
3. Вэй Юнчжэн. Исследование законности использования китайской медиаиндустрией внеиндустриальных капиталов // Исследование журналистики и коммуникации. 2001. № 2. С. 68
4. Ван К., Чжоу Ж. О сфере действия запросов на раскрытие правительственной информации (王锴、周锐恒：论政府信息公开中依申请公开的对象范围) // Журнал Южно-Центрального университета национальностей (Пекин, КНР). 2022. № 8. С. 49.

Статья поступила в редакцию 13.01.2026; одобрена после рецензирования 13.02.2026; принята к публикации 06.03.2026.

On Certain Aspects of Legal Regulation of Digital Media in China

Zhargal P. Gunzynov
Senior Lecturer
gzzrl@yandex.ru

Aleksandra N. Myakhanova
Cand. Sci. (Law)
tengery90@mail.ru

Dorzhi Banzarov Buryat State University
5 Ranzhurova St., Ulan-Ude 670000, Russia

с изготовлением, воспроизведением, публикацией, продажей и распространением непристойной электронной информации с использованием Интернета, мобильных коммуникационных терминалов и платформ голосовой информации : судебное толкование № 11 от 30.09.2004. URL: https://www.cac.gov.cn/2004-09/30/c_126472347.htm (дата обращения: 15.10.2025).

Abstract. The article analyzes the key legal acts containing norms aimed at regulating digital media in the People's Republic of China, where a unique media space has emerged, both in the context of Western internet services being blocked and in the context of rapid technological development. This has been reflected, in particular, in the creation of instant messaging apps (WeChat and others) with broader functionality than their foreign counterparts, as well as services whose popularity has spread far beyond China and influenced the transformation of the media space globally (for example, TikTok).

We attempt to summarize the key aspects of legal regulation in this area in China and assess the efficiency of individual legislative measures aimed at addressing various issues arising in the media sphere.

Specifically, the article briefly examines the development of Chinese legislation on digital media and analyzes the content of China's key legal acts in this field.

Keywords: Chinese law, digital media, mass media, instant messengers, social networks, comparative law, media law.

For citation

Gunzynov Z. P., Myakhanova A. N. On certain aspects of legal regulation of digital media in China. *Bulletin of Buryat State University. Law.* 2026; 1; 5–13 (In Russ.).

The article was submitted 13.01.2026; approved after reviewing 13.02.2026; accepted for publication 06.03.2026.