

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени М. В. ЛОМОНОСОВА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

На правах рукописи

САМОРОДОВА ЭЛИНА ВАДИМОВНА

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ МЕДИАПОЛИТИКИ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: 2010–2021 ГГ.**

Специальность 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:

академик РАО,

доктор филологических наук, профессор

Е. Л. ВАРТАНОВА

Москва – 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Теоретическое осмысление медиаполитики.....	20
1.1. Теоретические подходы к медиарегулированию и медиаполитике.....	20
1.2. Государственная информационная политика в условиях цифровизации.....	43
Глава 2. Тенденции государственной медиаполитики в 2010–2021 гг.....	57
2.1. Реализация государственной информационной политики.....	57
2.2. Актуальные тенденции государственной медиаполитики.....	68
2.3. Экономическое направление медиарегулирования.....	73
2.4. Технологическое направление медиарегулирования.....	84
2.5. Регулирование содержания материалов в медиа.....	99
Глава 3. Развитие институтов саморегулирования в сфере медиа в России.....	116
3.1. Адаптация профессионально-этических стандартов журналиста к цифровой медиасреде.....	116
3.2. Перспективы развития отечественных институтов саморегулирования в сфере медиа.....	128
3.3. Формирование цифровой и медиаграмотности населения	136
Заключение.....	147
Список литературы.....	153

Введение

Актуальность исследования. В условиях цифровизации происходит существенная трансформация национальных медиасистем, в связи с чем кардинальным изменениям подвергается система нормативно-правового и этического регулирования как традиционных средств массовой информации, так и цифровых медиа¹.

Стремительное развитие цифровых технологий привело к структурному преобразованию медиаландшафта, который сегодня включает многочисленные каналы коммуникации. В результате глобальной цифровой трансформации возникают новые, нехарактерные ранее тенденции: значительно расширяется медийное поле, возрастает уровень вовлеченности аудитории в создание и распространение контента, вследствие чего происходит усложнение коммуникативных практик и увеличивается количество правонарушений в современном медиапространстве².

Вопросы правового медиарегулирования и установления профессиональных требований к журналистской деятельности вызывают повышенный интерес как в научно-академическом сообществе, так и на государственном уровне. Значимость научного осмысления правового регулирования медиа, дополненного профессиональными и корпоративными стандартами, обусловило формирование новой области медиаисследований – изучения *медиаполитики*³.

В рамках данного диссертационного исследования понимание медиаполитики сводится к определению, предложенному британским

¹ Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 224 с.

² Панкеев И. А., Тимофеев А. А. Тенденции государственного регулирования российских СМИ: правовой аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 2. С. 231–246.

³ Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 224 с.; Вартанова Е. Л. Медиаполитика: актуальный академический дискурс // МедиаАльманах. 2019. № 1. С. 8–17.

исследователем Дэнисом МакКуэйлом⁴: *медиаполитика* – это комплексная система регулирования деятельности всех видов и форматов медиа, включающая политические, законодательные, экономические и культурные меры.

Реализация национальной медиаполитики осуществляется с учетом особенностей социально-политического, экономического и технологического развития государства, национального законодательства, принципов взаимодействия медиа и органов государственной власти, деятельности профессиональных и индустриальных организаций, а также структуры медиарынка. Однако в условиях формирования и развития цифровой медиакommunikационной среды анализ медиаполитики России **актуален** по ряду причин.

Во-первых, медиарегулирование, которое традиционно понимается как осуществление государственного контроля и надзора за деятельностью как традиционных, так и цифровых медиа при помощи комплекса средств, механизмов и приемов⁵, в каждом государстве осуществляется в соответствии с принципами международного и национального права. Традиционное для отечественной медиасистемы государственное регулирование становится не только затруднительным, но и порой невозможным из-за недостаточности правовых мер в отношении вопросов регулирования Интернета, цифровых медиа, социальных сетей и их авторов.

Во-вторых, важной тенденцией государственной медиаполитики в России становится возрастающий контроль медиа со стороны государственных структур, которые, в свою очередь, поступательно обретают новые полномочия. Доминирующая роль государства в медиаполитике потенциально может оказать негативное влияние на развитие

⁴ МакКуэйл Д. Журналистика и общество: Учебное пособие. М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. 374 с.

⁵ Chandler, D., Munday, R. (2011). *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford, UK: Oxford University Press; Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge, UK: Polity.

саморегулирования медиа, которое заключается в утверждении этических принципов и стандартов, а также контроле за их соблюдением⁶ и признается эффективной альтернативой судопроизводству. Саморегулирование способствует развитию политической культуры путем перехода от медиа, контролируемых исключительно государствами, к медиа, контроль за которыми осуществляется также индустрией и гражданским обществом. Однако профессиональное журналистское сообщество зачастую оказывается неподготовленным к саморегулированию из-за противоречий между декларированием этических принципов и их применением на практике⁷.

В-третьих, вследствие масштабной цифровизации обострились вопросы равенства, справедливого распределения ресурсов, участия и включенности государств. Современная медиаполитика должна осуществляться с учетом цифрового неравенства – неравномерного доступа стран или регионов к сетевой инфраструктуре⁸. Развитие механизмов регуляции информационно-коммуникационного пространства становится одним из важных факторов преодоления цифрового разрыва.

Для формирования и реализации эффективной медиаполитики в России актуализируется потребность в сосуществовании *государственного регулирования* (понимается как процесс осуществления государственного контроля и надзора за деятельностью медиа при помощи комплекса юридических средств, механизмов и приемов, используемых в соответствии с национальным законодательством⁹), *саморегулирования* (понимается как

⁶ Федотов М. А. Медийное регулирование и саморегулирование: поиск разумного баланса // Настольная книга по медийному саморегулированию / под ред. М. А. Федотова. М.: Творческий центр ЮНЕСКО, 2009.

⁷ Мамонтова О. И. Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом // дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2011. 205 с.

⁸ Варганова Е. Л., Гладкова А. А. Цифровое неравенство, цифровой капитал, цифровая включенность: динамика теоретических подходов и политических решений // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 1.

⁹ Панкеев И. А., Тимофеев А. А. Тенденции государственного регулирования российских СМИ: правовой аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 2. С. 231–246; Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. М.: Издательство

самостоятельная деятельность профессиональных организаций в сфере медиа, направленная на установление этических принципов журналистской деятельности и осуществление внутреннего контроля за деятельностью медиа¹⁰) и *сорегулирования* (понимается как процесс совместного регулирования в сфере медиа органами государственной власти, профессиональными журналистскими сообществами, медиаиндустрией и аудиторией¹¹).

Углубление и сближение понимания медиаполитики государственными структурами, академическим сообществом, индустрией и аудиторией медиа в России становится все более актуальным процессом в контексте взаимных усилий по развитию гражданского общества и снижению социального напряжения.

Степень изученности темы. В рамках данного диссертационного исследования научный интерес представляют труды отечественных и зарубежных ученых по трем укрупненным блокам.

Первую группу исследований сформировали научные труды, посвященные основам теории массовых коммуникаций, которые позволяют определить особенности трансформации медиа в условиях цифровизации и выявить специфику взаимоотношений медиа и государства. В первую очередь, это работы отечественных ученых В. П. Бабинцева, Г. П. Бакулева, Ю. М. Батурина, В. В. Барабаша, В. М. Березина, С. С. Бодруновой, Е. Л. Варгановой, Д. П. Гавры, Р. С. Гиляревского, И. М. Дзялошинского, Е. Г. Дьяковой, Я. Н. Засурского, Л. М. Земляновой, Е. А. Кожемякина,

Московского университета, 2002. 352 с.; Федотов М. А. Право массовой информации в Российской Федерации. М.: Международные отношения, 2002. 624 с.

¹⁰ Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Изд. Юрайт, 2017. 226 с.; Мамонтова О. И. Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом // дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2011. 205 с.; Федотов М. А. Медийное регулирование и саморегулирование: поиск разумного баланса // Настольная книга по медийному саморегулированию / под ред. М. А. Федотова. М.: Творческий центр ЮНЕСКО, 2009.

¹¹ Варганова Е. Л. Медиаполитика в контексте научных исследований СМИ: российские и зарубежные векторы // Медиаскоп. 2015. Вып. 2.

А. П. Короченского, Ю. В. Курышевой, А. А. Литвиненко, С. Б. Никонова, И. А. Панкеева, Е. П. Прохорова, А. С. Пую, А. Г. Рихтера, М. А. Федотова, Ж. А. Шаповала, Ф. И. Шаркова, В. Л. Энтина¹².

Теория медиа имеет богатое теоретическое и историческое наследие, связанное с изучением массовых коммуникаций, что отражается в трудах зарубежных исследователей Э. Гриффина, Дж. Клаппера, Р. Крейга,

¹² Бабинцев В. П., Шаповал Ж. А. Публичные коммуникации власти и общества в регионе: проблемы и возможности конструктивных изменений // Власть. 2018. Т. 26, № 4. С. 7–15; Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2016. 192 с.; Барабаш В. В., Чекунова М. А. Дискурсные практики политико-административной медиакоммуникации в интернете // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. Т. 22, № 1. С. 130–140; Березин В. М. Массовая коммуникация: Сущность, каналы, действия. М.: РИП-холдинг, 2004. 174 с.; Бодрунова С. С. Медиаполитическое взаимодействие или политическая коммуникация? К вопросу о развитии медиаполитологии в России // Медиаскоп. 2014. Вып. 4.; Вартанова Е. Л. Новые медиа как культурное пространство современного общества // МедиаАльманах. 2015. № 4. С. 8–10; Вартанова Е. Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2012. № 1. С. 7–26; Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013. 280 с.; Гавра Д. П. Основы теории коммуникации: учебное пособие. СПб.: Питер, 2011. 288 с.; Гиляревский Р. С. Основы информатики: курс лекций. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. 361 с.; Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. 479 с.; Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и власть в теории установления повестки дня // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук, 2002. Вып. 3. С. 144–168; Землянова Л. М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. М.: МедиаМир, 2012. 188 с.; Кожемякин Е. А. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 189 с.; Короченский А. П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростов. ун-та, 2003; Короченский А. П. Регулятивная роль медиакритики // Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. М.: Галерея, 2004. 400 с.; Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М.: Аспект Пресс, 2004. 352 с.; Засурский Я. Н. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990–2007. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007. 560 с.; Ларина Е. Д., Никонов С. Б., Олейников С. В., Момени М. Проявление цифровизации и глобализации на примере политической системы РФ // Этносоциум, 2011. № 10(160). С. 13–27; Пую А. С., Бодрунова С. С., Литвиненко А. А., Курышева Ю. В. Медиакратия: современные теории и практики / под ред. С. С. Бодруновой, А. С. Пую. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2013. 352 с.; Рихтер А. Г. Свобода массовой информации на постсоветском пространстве. М.: Изд. ВК, 2007. 365 с.; Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. 592 с.

П. Лазарсфельда, Г. Лассуэлла, Д. МакКуэйла, Г. Маклюэна, У. Мартина, Р. Мертона, Ч. Миллса, Э. Роджерса¹³.

В международной исследовательской среде вопросы взаимодействия медиа и власти подвергаются научному осмыслению такими авторами, как Дж. Бламлер, Т. Грахам, М. Кастельс, М. МакКомбс, П. Робинсон, С. Холл, Дж. Шванхольц, Д. Шоу, П. Штолл¹⁴. Академический интерес к двустороннему взаимоотношению медиа и власти проявлен и в работах отечественных исследователей: В. А. Ачкасовой, Е. Л. Вартановой, А. Н. Гуреевой, К. В. Корнеевой, А. И. Черных, М. В. Шкондина¹⁵.

¹³ Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики. Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2015. 688 с.; Крейг Р. Теория коммуникации как область знания // Компаративистика III. Альманах сравнительных социогуманитарных исследований. СПб., 2003. С.72–126; Лазарсфельд П., Мертон Р. Наркотизирующая дисфункция средств массовой коммуникации // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: хрестоматия / сост. И. Г. Ясавеев. Казань, 2000. С. 186–196; МакКуэйл Д. Журналистика и общество: Учебное пособие. М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. 374 с.; Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. М.: Изд. Кучково поле, 2018. 464 с.; Мартин У. Дж. Информационное общество. М.: ИНИОН, 1989; Миллс Ч. Р. Социологическое воображение. М.: Издательский Дом NOTA BENE, 2001. 264 с.; Klapper, J. *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press, 2009. 320 p.; Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In Bryson, L. (ed.). *The communication of ideas*. New York: Harper and Row. pp. 37–51; McQuail, D., Windahl, S. (1994). *Communication Models for the Study of Mass Communications*. London: Routledge, 1994. 238 p.; Rogers, E. M. *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: Free Press, 1997. 592 p.

¹⁴ Кастельс М. Власть коммуникации: учебное пособие. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.; Blumler, J. G. and Coleman, S. (2001). *Realising Democracy Online: A Civic Commons in Cyberspace*. London: Institute of Public Policy Research; Hall, S. (2018). Encoding and Decoding in the Television Discourse [originally 1973; republished 2007]. In Morley, D. (ed.). *Essential Essays, Volume 1: Foundations of Cultural Studies*. New York: Duke University Press. pp. 257–276; McCombs, M. E., Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187; Robinson, P. (2000). The Policy-Media Interaction Model: Measuring Media Power During Humanitarian Crisis. *Journal of Peace Research*, 37(5), 613–633; Schwanholz, J., Graham, T., Stoll, P.-T. (2018). *Managing Democracy in the Digital Age. Internet Regulation, Social Media Use, and Online Civic Engagement*. Switzerland: Springer International Publishing AG.

¹⁵ Ачкасова В. А., Корнеева К. В. Репутация и имидж власти. Медиастратегии формирования // Управленческое консультирование, 2017. № 1. С. 159–165; Вартанова Е. Л. Коммуникационная политика России: нужен решительный шаг // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2001. № 1. С. 58–74; Гуреева А. Н., Кузнецова В. С. Концептуализация феномена медиатизации политики: основные теоретические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10, № 1. С. 191–205; Черных А. И. Власть демократии – власть медиа? М.: ГУ ВШЭ, 2007. 68 с.;

Особую значимость для данного исследования представляет изучение информационной политики. Информационно-политический процесс рассмотрен в рамках исследовательских традиций, заложенных Д. Беллом, Ж. Бодрийяром, П. Бурдьё, Э. Гидденсом, М. Кастельсом, Н. Луманом, Э. Нозль-Нойман, Э. Тоффлером, Ф. Уэбстером, Ю. Хабермасом¹⁶.

Вопросы информационной политики затрагивались также в трудах отечественных ученых: Л. М. Земляновой, А. Г. Киселева, С. В. Коновченко, А. В. Манойло, В. Д. Попова, О. А. Судоргина, И. И. Юзвизиной¹⁷.

Ко второй группе исследований относятся научные труды, в которых обстоятельно изложены концептуальные основы и теоретические подходы к формированию и современному состоянию медиаполитики. Это работы С. Ливингстон, П. Лунта, Д. МакКуэйла, Д. Фридмана, Д. Хатчинсона¹⁸.

Шкондин М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М.: Пульс, 2002. 120 с.

¹⁶ Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс, 1986. С. 330–342; Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рипол Классик, 2020. 256 с.; Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Рипол Классик, 2021. 512 с.; Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. СПб.: Алетейя, 2005. 576 с.; Гидденс Э. Устроение общества. Очерк теории структуриации. М.: Академический портрет, 2018. 528 с.; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2000. 608 с.; Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 256 с.; Нозль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 352 с.; Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2002. 784 с.; Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004. 400 с.; Хабермас Ю. Вовлечение другого: очерки политической теории. СПб.: Наука, 2001. 417 с.

¹⁷ Землянова Л. М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 1999. № 2. С. 58–69; Коновченко С.В., Киселев А. Г. Информационная политика в России. М.: Изд-во РАГС, 2004. 527 с.; Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях. М.: МИФИ, 2003. 388 с.; Попов В. Д. Информациология и информационная политика. М.: Изд-во РАГС, 2001. 116 с.; Попов В. Д. Государственная информационная политика: состояние и проблемы формирования. Массовые информационные процессы в современной России: Очерки / Отв. ред. А. В. Шевченко. М.: Изд-во РАГС, 2002; Судоргин О. А. Информационная политика в информационном обществе: тавтология или смысловой детерминант? // Власть. 2008. № 9. С. 20–25; Юзвизин И. И. Основы информациологии: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Информациология; Высшая школа, 2000. 516 с.

¹⁸ МакКуэйл Д. Журналистика и общество: Учебное пособие. М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. 374 с.; Freedman, D. (2006). Dynamics Of Power In Contemporary Media Policy-Making. *Media, Culture & Society*, 28(6), 907–923; Hutchinson, D. (1999). *Media Policy: An Introduction*. Oxford: Wiley-Blackwell; Lunt, P.,

Институциональный аспект регулирования медиа обстоятельно рассмотрен в трудах Ф. Куинна, А. Николь, Дж. Робертсона¹⁹.

Что касается отечественных исследователей, то концепция медиаполитики анализируется в научных работах Е. Л. Варгановой, М. Ю. Галкиной, А. В. Еремина, Ш. С. Сулеймановой, А. Х. Ульбашева²⁰.

Система отечественной медиаполитики неотъемлемо связана с развитием медиасистемы России, что детально изложено в трудах Е. Л. Варгановой, А. В. Вырковского, А. А. Гладковой, Л. А. Кругловой, М. М. Лукиной, С. С. Смирнова, О. В. Смирновой, В. В. Тулупова, И. Д. Фомичевой, М. В. Шкондина, Г. Г. Щепиловой²¹.

Livingstone, S. (2012). *Media Regulation Governance and the Interests of Citizens and Consumers*. Los Angeles/London: SAGE.

¹⁹ Quinn, F. (2007). *Law for Journalists*. UK: Pearson Education; Robertson, G., Nicol, A. G. (2002). *Media Law*. London: Sweet&Maxwell.

²⁰ Варганова Е. Л. Медиаполитика в контексте научных исследований СМИ: российские и зарубежные векторы // Медиаскоп. 2015. Вып. 2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1744> (дата обращения: 07.01.2021); Варганова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013. 280 с.; Галкина М. Ю., Лехтисаари К. Прогноз изменения государственного регулирования российских СМИ // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2243> (дата обращения: 15.04.2020); Еремин А. В. Государственная медиаполитика Российской Федерации в 2008–2010 гг. // МедиаАльманах. 2011. № 5. С. 28–35; Сулейманова Ш. С. Медиаполитика в современном российском обществе. М.: Международный издательский центр «Этносоциум», 2013. 142 с.; Ульбашев А. Х. Основы медиарегулирования. М.: Инфотропик. 2017. 227 с.

²¹ Гладкова А. А., Асланов И. А. Особенности освещения Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации в федеральных и региональных СМИ // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2020. № 64. С. 290–312; Журналистика печатных СМИ / О. В. Смирнова, Е. В. Сивякова, С. М. Эббот и др. М.: Факультет журналистики МГУ, 2013. 80 с.; Интернет-СМИ: теория и практика / А. О. Алексеева, Е. Л. Варганова, Л. А. Круглова и др. М.: Аспект Пресс, 2010. 348 с.; Медиасистема России: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Варгановой. М.: Аспект Пресс, 2020. 424 с.; Смирнов С. С. Особенности развития крупнейших межрегиональных медиахолдингов России // МедиаАльманах. 2020. № 5. С. 93–99; Смирнов С. С. Феномены медиахолдинг и медиагруппа в России: проблема неопределенности правового статуса // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2020. № 6. С. 23–40; Средства массовой информации России / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Варганова и др. М.: Аспект Пресс, 2011. 391 с.; Тулупов В. В. Журналистика и журналистское образование для XXI века // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8. С. 167–179; Gladkova, A., Argylov, N., & Shkurnikov, M. (2022). The interplay between digital and social inclusion in multiethnic Russian society: An empirical investigation. *European Journal of Communication*, 1–23.

Актуальным направлением медиаисследований XXI века стало изучение трансформации медиасистемы в условиях цифровизации, чему посвящены исследования Е. Л. Вартановой, С. А. Вартанова, А. В. Вырковского, М. Ю. Галкиной, А. А. Гладковой, М. Деузе, Д. В. Дунаса, А. В. Колесниченко, А. Ю. Образцовой, К. Оргерета, Н. Фентона²².

При изучении отечественной медиаполитики в условиях цифрового развития также необходимо принимать во внимание вопросы цифрового неравенства, вызывающие повышенное внимание как в отечественном, так и в зарубежном академическом сообществе. В рамках данного исследования были приняты во внимание труды И. А. Быкова, О. В. Волченко, Е. Л. Вартановой, А. А. Гладковой, В. З. Гарифуллина, Л. Л. Делицына, Б. Компейна, М. Рагнедды, Т. Халла, П. Этвелла²³.

²² Вартанова Е. Л. Цифровая журналистика как новое поле академических исследований // МедиаАльманах, 2021. № 6(107). С. 8–14; Вартанова Е. Л., Гладкова А. А. Цифровой капитал в контексте концепции нематериальных капиталов // Медиаскоп. 2020. Вып. 1; Deuze, M. (2003). The Web and Its Journalism: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media and Society*, 5(2), 203–230; Dunas, D., Vartanov, S. (2020). Emerging Digital Media Culture in Russia: Modeling the Media Consumption of Generation Z. *Journal of Multicultural Discourses*, 15(2), 186–203; Fenton, N. (2009). *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage; Orgeret K. S. (2020). Discussing Emotions in Digital Journalism. *Digital Journalism*, 8(2), 292–297; Vyrkovsky, A.V., Kolesnichenko, A., Galkina, M., Vartanov, S., Obraztsova, A. (2018). Transformation of newsroom work in the digital era. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 1, 5–22.

²³ Быков И. А., Халл Т. Э. Цифровое неравенство и политические предпочтения интернет-пользователей в России // Полис. Политические исследования. 2011. № 5. С. 151–163; Вартанова Е. Л. Концептуализация цифрового неравенства: основные этапы // МедиаАльманах. 2018. № 5. С. 8–12; Вартанова Е. Л., Гладкова А. А. Цифровое неравенство, цифровой капитал, цифровая включенность: динамика теоретических подходов и политических решений // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 1. Режим доступа: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2021/1/tsifrovoye-neravenstvo-tsifrovoy-kapital-tsifrovaya-vklyuchennost-dinamika-teoreticheskikh-podkhodov/> (дата обращения: 15.12.2021); Волченко О. В. Динамика цифрового неравенства в России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 5. С. 163–182; Гладкова А. А., Гарифуллин В. З., Рагнедда М. Модель трех уровней цифрового неравенства: современные возможности и ограничения (на примере исследования Республики Татарстан) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 4; Делицын Л. Л. Проблема цифрового неравенства и потенциал развития Интернета в России // Информационные процессы. 2006. № 2. С. 124–130; Attewell, P. (2001). The first

Диссертационное исследование продолжает и развивает академическую традицию изучения правового и этического регулирования медиа в России. *К третьей группе* относятся исследования, посвященные теоретическому и эмпирическому изучению нормативно-правовой базы СМИ, информационного права и профессиональной этики журналиста. Правовому регулированию медиа в России посвящены работы А. М. Бычковой, Н. Г. Иншаковой, И. А. Панкеева, М. П. Рачкова, А. Г. Рихтера, С. С. Смирнова, А. П. Суходолова, А. А. Тимофеева, М. А. Федотова²⁴.

Значительный вклад в изучение профессиональной этики журналиста и саморегулирования в сфере медиа внесли работы Д. С. Авраамова, М. Е. Аникиной, И. М. Дзялошинского, Я. Н. Засурского, Ю. В. Казакова, А. П. Короченского, С. Г. Корконосенко, И. А. Кумылгановой, Г. В. Лазутиной, О. И. Мамонтовой, М. А. Федотова, В. М. Хруля²⁵.

and second digital divides. *Sociology of Education*, 74(3), 252–259; Compaine, B. (2001). *The Digital Divide: Facing a Crisis or Creating a Myth?* Cambridge, MA: MIT Press.

²⁴ Иншакова Н. Г., Панкеев И. А. Нарушение норм использования интернет-ресурсов: о плагиате и ошибках цитирования // Научно-техническая информация. Серия 1. Организация и методика информационной работы. 2022. № 3. С. 24–30.; Панкеев И. А., Тимофеев А. А. Правовое поле массмедиа: тренды последних лет // МедиаАльманах. 2018. № 2. С. 23–30; Панкеев И. А. Интеллектуальные права в СМИ: проблема регулирования // Медиаскоп. 2010. Вып. 3; Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. М.: Издательство Московского университета, 2002. 352 с.; Федотов М. А. Право массовой информации в Российской Федерации. М.: Международные отношения, 2002. 624 с.; Смирнов С. С. Проблемы антимонопольного регулирования медиарынка в России // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10, № 2. С. 270–284; Суходолов А. П., Рачков М. П., Бычкова А. М. Запретительная политика государства в сфере средств массовой информации: анализ законодательства и правоприменительной практики. М.: ИД «Аргументы недели», 2018. 234 с.; Тимофеев А. А. Редакционный стандарт как инструмент борьбы с диффамацией и фейками в СМИ // МедиаАльманах. 2019. № 3. С. 122–126; Тимофеев А. А. Синергия и универсальность как новые подходы к образованию в области права СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. № 2. С. 433–437.

²⁵ Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста: Парадоксы развития, поиски, перспективы. М.: Мысль, 1991. 252 с.; Аникина М. Е. Институциональные роли российского журналиста в начале XXI века // Медиаскоп. 2019. Вып. 4. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2592> (дата обращения: 30.07.2021); Дзялошинский И. М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности. М.: Восток, 1996. 300 с.; Засурский Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2007. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007. 560 с.; Казаков Ю. В. На пути к профессионально правильному: российский медиа-этнос как

Научная новизна исследования. В настоящее время практика становления медиаполитики в Российской Федерации опережает процесс ее теоретического осмысления. В последнее десятилетие академические исследования в значительной степени сконцентрированы на правовом регулировании СМИ и Интернета, либо посвящены профессиональной этике журналиста. Несмотря на наличие некоторых зарубежных теоретических концепций, объясняющих природу медиаполитики, отечественное академическое сообщество находится только на этапе формулирования основ фундаментальной теории медиаполитики с учетом современных реалий медиaprостранства и цифровых технологий. В данном диссертационном исследовании впервые выявлены тенденции развития отечественной медиаполитики в период с 2010 по 2022 гг. с учетом трансформации медиа и общественных процессов в условиях цифровизации: определены актуальные тенденции государственного медиарегулирования, установлены приоритетные направления реализации государственной информационной политики, выявлены приоритетные направления этического регулирования журналистской деятельности в интернет-пространстве на современном этапе, определены современное состояние и перспективы развития саморегулирования медиа.

территория поиска. М.: Центр прикладной этики, 2001. 656 с.; Короченский А. П. Регулятивная роль медиакритики // Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. М.: Галерея, 2004. 400 с.; Кумылганова И. А. Этические основы информационных коммуникаций: Зарубежные подходы и традиции. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013. 184 с.; Основы журналистской деятельности / под ред. С. Г. Корконосенко. М.: Юрайт, 2014. 332 с.; Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Юрайт, 2017. С. 91–114; Лазутина Г. В., Панкеев И. А. Свойства журналистики как проявление закономерностей // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 6. С. 140–163; Мамонтова О. И. Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом // дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2011. 205 с.; Хруль В. М. Профессиональная этика журналиста: проблемы кодификационной парадигмы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2012. № 3. С. 132–150; Федотов М. А. Медийное регулирование и саморегулирование: поиск разумного баланса // Настольная книга по медийному саморегулированию / под ред. М. А. Федотова. М.: Творческий центр ЮНЕСКО, 2009.

Объектом данного диссертационного исследования является современная российская медиаполитика.

Предметом исследования стали принципы реализации и направления развития современной российской медиаполитики.

Цель исследования – выявить специфику реализации и определить пути совершенствования современной отечественной медиаполитики на трех уровнях: государственного регулирования, саморегулирования и сорегулирования медиа.

Для реализации цели ставятся следующие **задачи**:

1) определить приоритетные направления реализации государственной информационной политики в России на основании анализа концептуальных и стратегических документов Российской Федерации;

2) определить основные тенденции государственной медиаполитики на современном этапе на основании анализа нормативно-правовых актов Российской Федерации в сфере СМИ и информационных отношений;

3) определить основные тенденции деятельности профессиональных организаций в России как ключевых акторов саморегулирования в сфере медиа на основании анализа кодексов профессиональной этики журналиста и практической деятельности органов саморегулирования в сфере медиа в последнее десятилетие.

Методика исследования. Для теоретического анализа медиаполитики и медиарегулирования в исследовании использовались как традиционные методы сравнения, аналогии и обобщения, так и методы системного и типологического анализа, позволяющие наиболее содержательно раскрыть концепции медиаполитики и медиарегулирования.

При работе с текстами нормативно-правовых актов и кодексов профессиональной этики журналистики был применен метод контент-анализа, категории кодификатора которого были определены в соответствии с задачами исследования.

Эмпирические объекты исследования. В ходе исследования были проанализированы тексты официальных документов:

1) Конституция Российской Федерации, законы и федеральные законы Российской Федерации, указы Президента Российской Федерации, постановления Правительства Российской Федерации и другие нормативно-правовые акты в сфере медиа (общее количество – 74);

2) концептуальные и стратегические документы Российской Федерации в сфере государственной информационной политики (общее количество – 17);

3) отечественные и зарубежные кодексы профессиональной этики журналиста, регламентирующие этические стандарты в медиапространстве (общее количество – 401);

4) решения Большого жюри Союза журналистов России и Общественной коллегии по жалобам на прессу за период с 2010 по 2021 гг. (общее количество – 191).

Хронологические рамки диссертационного исследования охватывают 2010–2021 гг., так как указанный период характеризуется активным развитием журналистики в условиях цифровизации, цифровой трансформацией российской медиасистемы, а также существенными трансформациями в общественно-политической, экономической и технологической сферах. Совокупность данных явлений сказывается на деятельности как традиционных, так и цифровых медиа и установлении новых требований к их регулированию.

В данный период была сформирована цифровая медиакоммуникационная среда, характеризующаяся усилением многосубъектных отношений, вовлечением в процесс создания и распространения информации и медиапродуктов новых участников²⁶,

²⁶ Варганова Е. Л. Цифровая журналистика как новое поле академических исследований // МедиаАльманах. 2021. № 6(107). С. 8–14.

вследствие чего значительным изменениям подверглась деятельность всех акторов медиаполитики.

Основные положения, выносимые на защиту:

1) В последнее десятилетие, характеризуемое формированием и развитием нового цифрового медиакommunikационного пространства, увеличилось количество субъектов отечественной медиаполитики, а также возросла роль негосударственных участников медиаполитики – профессиональных журналистских организаций, медиаиндустрии, IT-индустрии, аудитории. Для обеспечения эффективной отечественной медиаполитики необходимо развитие практики сорегулирования и консолидация усилий всех действующих лиц в процессе обновления законодательства в сфере медиа. Коллективное обсуждение новых государственных инициатив обеспечивает устранение неоднородности нормативно-правовых актов и способствует совершенствованию отраслевого законодательства.

2) В отечественных нормативно-правовых актах, этических кодексах и научных исследованиях в сфере медиа наблюдается существенная рассогласованность терминологии. Во избежание рисков негативного регулирования и несоответствия темпов развития законодательства и происходящих в индустрии и обществе процессов необходимо комплексное терминологическое обновление нормативно-правовых актов в сфере медиа с учетом актуальных тенденций современного медиaprостранства и привлечением представителей медиаиндустрии и академического сообщества.

3) Основными направлениями государственной медиаполитики в России в последнее десятилетие стало развитие государственной информационной политики и возникновение новых механизмов регулирования деятельности как традиционных СМИ, так и цифровых медиа. Развитие законодательства в сфере медиа в период с 2010 по 2021 гг. осуществлялось по трем крупным направлениям: экономическое

медиарегулирование, технологическое медиарегулирование, регулирование содержания сообщений медиа. Несмотря на то, что отечественное законодательство постоянно дополняется новыми положениями, в настоящее время не наблюдается единой нормы правового регулирования информации в цифровом медиакоммуникационном пространстве.

4) В связи с активным участием в цифровом поле новых акторов, непрофессиональных и анонимных производителей контента, снижается качество публикуемой в медиaprостранстве информации, подрывается доверие к журналистике и возникают новые угрозы современного медиaprостранства – такие, как массовая дезинформация и фальсификация новостей. Наиболее эффективным способом противодействия распространению фейковых новостей становится развитие у населения цифровой и медиаграмотности, формирование новых навыков и компетенций по использованию медиа: критического мышления, способности ориентироваться в информационных потоках, находить информацию и распознавать негативные факторы в цифровой среде, самостоятельно идентифицировать достоверную и ложную информацию.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что данные, полученные в ходе исследования, могут стать ориентиром для дальнейшего развития научного знания о медиаполитике. Результаты исследования теоретических подходов к медиаполитике, медиарегулированию, государственной информационной политике могут использоваться для изучения различных аспектов медиаполитики применительно к российской практике.

Практическая значимость данной работы заключается в том, что материалы данного исследования имеют практическое значение при совершенствовании отраслевого законодательства и обновления профессионально-этических документов. Результаты исследования могут использоваться при создании учебных курсов, учебных пособий и монографий по теме медиаполитики и медиарегулирования.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования были опубликованы в научных статьях «К вопросу о теоретическом осмыслении медиаполитики России»²⁷, «Медиарегулирование в России: изменения медиаполитики в условиях трансформации общественных практик»²⁸, «Особенности современного регулирования фейковых новостей: российский и зарубежный опыт»²⁹, «К вопросу о противодействии фейковым новостям в цифровом пространстве»³⁰, «Медиаграмотность как условие преодоления цифрового неравенства в Российской Федерации»³¹.

Промежуточные результаты были представлены автором на международных и всероссийских научных и научно-практических конференциях: Десятые международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации–2018» (М., 2018), Одиннадцатые международные научные чтения «СМИ и массовые коммуникации–2019» (М., 2019), IX Международная научно-практическая конференция НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований» (М., 2019), Международная конференция Comparative Media Studies In Today's World (Санкт-Петербург, 2020), Двенадцатые международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации–2020» (М., 2020), X Международная научно-практическая конференция НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований–2020» (М., 2020), Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия» (М., 2021), Тринадцатые международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации–2021» (М., 2021), XI Московская юридическая неделя

²⁷ Самородова Э. В. К вопросу о теоретическом осмыслении медиаполитики России // МедиаАльманах. 2019. № 5. С. 33–39.

²⁸ Самородова Э. В., Гуреева А. Н. Медиарегулирование в России: изменения медиаполитики в условиях трансформации общественных практик // Медиаскоп. 2019. Вып. 4.

²⁹ Самородова Э. В. Особенности современного регулирования фейковых новостей: российский и зарубежный опыт // Медиаскоп. 2020. Вып. 3.

³⁰ Самородова Э. В. К вопросу о противодействии фейковым новостям в цифровом пространстве // МедиаАльманах. 2021. № 6. С. 42–52.

³¹ Самородова Э. В., Вартанова Е. Л., Вихрова О. Ю. Медиаграмотность как условие преодоления цифрового неравенства в Российской Федерации // Медиаскоп. 2021. Вып. 1.

(М., 2021), Круглый стол Российской академии образования и факультета журналистики «Факты против фейков: как защитить школьника от дезинформации в цифровой среде» (М., 2022).

Структура данной исследовательской работы определяется указанными целью и задачами исследования и включает введение, три главы, заключение и список литературы.

ГЛАВА 1. Теоретическое осмысление медиаполитики

В данной главе предпринято теоретическое осмысление основных понятий данного диссертационного исследования. Актуальность изучения политических, законодательных, экономических и культурных факторов управления медиа обусловило возникновение нового поля исследований – медиаполитики.

Теоретическое изучение медиаполитики предполагает применение междисциплинарного подхода и основывается на исследованиях из области массовой коммуникации, политологии, юриспруденции, социологии и психологии, в которых осмысляются вопросы взаимоотношений государства и средств массовой информации, становления и функционирования информационного общества, применения регулятивных механизмов разных уровней по отношению к традиционным СМИ и цифровым медиа.

1.1. Теоретические подходы к медиарегулированию и медиаполитике³²

Исторические предпосылки и эволюция государственного регулирования СМИ.

Изучение регулятивных механизмов государственного управления средствами массовой информации как в зарубежной, так и в отечественной науке традиционно осуществлялось через призму взаимодействия государства и общества. Средства массовой информации с момента их возникновения являлись инструментом поддержки и реализации государственных инициатив и функционировали в интересах общественно-политического и экономического развития государства. Многие правительства, осознавая роль массовой информации в процессе влияния на

³² Параграф базируется на материалах статьи, в которой, согласно «Положению о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова», отражены основные результаты, положения и выводы исследования: Самородова Э. В. К вопросу о теоретическом осмыслении медиаполитики России // МедиаАльманах. 2019. № 5. С. 33–39.

общественное сознание, применяли механизмы государственного контроля за СМИ с момента возникновения печати. Таким образом исторические предпосылки регулирования СМИ сложились уже в XVI веке, когда в Западной Европе государство и религиозные сообщества стали проявлять повышенный интерес к содержанию текстов, преимущественно в целях борьбы с инакомыслием.

Позднее печатные издания использовались государствами в информационно-пропагандистских целях и долгое время существовали в условиях довольно жестких цензурных режимов. Цензура, под которой понимаются различные формы государственного контроля за содержанием и распространением массовой информации³³, в XVI веке была введена во всех государствах Западной Европы, однако в результате активной борьбы за свободу печати была отменена в Англии (конец XVII века), странах Северной Европы (вторая половина XVIII века), а к середине XIX века – во всех западноевропейских странах³⁴.

В отечественной практике цензура средств массовой информации возникла вместе с появлением первой печатной газеты «Ведомости» в 1702 году, созданной и контролируемой Петром I. На протяжении XVIII–XIX веков государственные органы Российской империи осуществляли строгий последовательный контроль за печатной продукцией (становление светской цензуры, цензурная политика Екатерины II, учреждение института цензуры, указ «Об ограничении свободы книгопечатания и ввоза иностранных книг, об учреждении ценсур» 16 сентября 1796 г., первый цензурный устав 1804 г., «Чугунный» устав 1826 г., третий цензурный устав 1828 г., цензурная политика Министерства народного просвещения при графе С. С. Уварове, временные правила по цензуре 1862 г., временные правила о печати 1865 г. и

³³ Жирков Г. В. История цензуры в России в XIX–XX вв. М.: Аспект Пресс, 2001. 368 с.

³⁴ McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications; Дондоков Ц. С., Понуровский Я. А. Цензура печати в Российской империи // Вестник Забайкальского государственного университета. 2011. № 6 (73). С. 18–21.

др.)³⁵. Цензурная политика в отношении печатных изданий отличалась противоречивостью: жесткие цензурные правила периодически сменялись временными послаблениями. Примечательно, что уже на ранних этапах воздействие государства на деятельность печатных изданий носило не только политический, но и экономический характер, что проявлялось в субсидировании лояльных газет, запрете рекламы, запрете розницы и в одностороннем прекращении деятельности печатных изданий³⁶.

В советский период возможности государственного контроля над печатными изданиями были расширены, пресса расценивалась как инструмент пропаганды, агитации и организации народа³⁷. Советская модель регулирования СМИ включала в себя использование механизмов политической цензуры, что стало основным инструментом формирования массового политического сознания. Система советской цензуры предполагала применение как предварительной, так и последующей цензуры, а в работе цензурного аппарата принимали участие органы государственного управления СССР³⁸. В то же время были предприняты первые попытки законодательного регулирования печати (по инициативе подотдела печати ЦК ВКП в 1922 году), однако усилия комиссии, организованной в целях разработки первого концептуального закона, не получили поддержки³⁹. Для решения правовых и юридических вопросов была утверждена *система ограничительных мер и надзора за печатью*, получившая воплощение в деятельности Главлита (Главного управления по делам литературы и издательств).

³⁵ Жирков Г. В. История цензуры в России в XIX–XX вв. М.: Аспект Пресс, 2001. 368 с.

³⁶ Есин Б. И. История русской журналистики XIX в. М.: Издательство Московского государственного университета, 2008. 304 с.; Минаева О. Д. История отечественной журналистики. 1917–1945. М.: Аспект Пресс, 2018. 256 с.

³⁷ Ленин В. И. С чего начать? // Полное собрание сочинений: в 55 т. / В. И. Ленин; Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. 5-е изд. М.: Гос. изд-во полит. лит., 1967. Т. 5. С. 1–13.

³⁸ Горяева Т. М. Политическая цензура в СССР. 1917–1991 гг. / Российская политическая энциклопедия. М.: РОССПЭН, 2002. 400 с.

³⁹ Жирков Г. В. История цензуры в России в XIX–XX вв. М.: Аспект Пресс, 2001. 368 с.

Исследователи Фред Сиберт, Уилбур Шрамм и Теодор Питерсон⁴⁰ убеждены, что пресса всегда принимает форму тех социальных и политических структур, внутри которых она функционирует. В знаменитой книге «Четыре теории прессы» ученые рассматривают советскую модель СМИ (*советская коммунистическая теория прессы*) как один из возможных подходов к прессе, наряду с *авторитарной теорией прессы* (устанавливает ответственность прессы перед государством и правителем, составляет основу советской коммунистической модели прессы), *либертарианской теорией прессы* (свобода от государственного контроля и обретение прессой роли «четвертой власти») и *теорией социальной ответственности прессы* (развивает либертарианскую линию в XX в. в условиях концентрации и монополизации печати).

Развивая идею комплексного исследования медиасистем с учетом политических, экономических и социокультурных факторов развития государств Дэниел Халлин и Паоло Манчини⁴¹ приходят к выводу, что принципы взаимоотношений государства и средств массовой информации определяют характер и состояние национальных медиасистем. Е. Л. Варганова подчеркивает, что медиасистему необходимо рассматривать как «взаимосвязанный комплекс медиаканалов, медиаконтента, медиатехнологий, адресованных аудитории, действующих в рамках национального и международного законодательства, в контексте геополитического и экономического положения страны, ее этнокультурных условий и исторических традиций, а также особенностей идентичности аудитории»⁴². При этом в условиях трансформации политических процессов

⁴⁰ Сиберт Ф. С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М.: Вагриус, 1998. 223 с.

⁴¹ Hallin, D., Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press; Сиберт Ф. С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М.: Вагриус, 1998. 223 с.

⁴² Варганова Е. Л. Медиасистема в национальном контексте: в продолжение академической дискуссии // МедиаАльманах. 2020. № 4 (99). С. 8–17.

требуется глубинное переосмысление взаимоотношений государства, общества и средств массовой информации.

По мере технологического развития как в отечественной, так и в зарубежной практике в XX веке традиционные механизмы регулирования СМИ были адаптированы к новым видам средств массовой информации – радиовещанию и телевидению. Как отмечает британский медиаисследователь Дэнис МакКуэйл⁴³, в течение XX века внимание большинства государств преимущественно было направлено на регулирование вещательных СМИ, что связано с необходимостью установления технических требований к телевизионным и радиоканалам (распределение радиочастотных ресурсов, параметры спутникового вещания и др.). Несмотря на то, что некоторые нормы регулирования применимы ко всем СМИ, возникновение новых форм распространения массовой информации требует применения новых, нехарактерных ранее мер регулирования. Британский исследователь Дес Фридман⁴⁴ считает необходимым разграничивать регулятивные нормы по отраслям: к деятельности печатных и аудиовизуальных СМИ должны предъявляться принципиально разные требования.

Переход от индустриального общества к постиндустриальному привел к усилению роли средств массовой информации в общественно-политическом процессе, в связи с чем произошла трансформация взаимоотношений государства и медиа. Коммуникативные возможности средств массовой информации вызывают повышенное внимание в научно-академическом сообществе с начала XX века, когда пресса рассматривалась учеными как регулятор общественной жизни, рупор общественного мнения и транслятор общественных запросов⁴⁵.

Несмотря на то, что СМИ призваны обеспечивать общество максимально объективной и достоверной информацией, многочисленные

⁴³ McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications

⁴⁴ Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge, UK: Polity.

⁴⁵ Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: исследование относительно категории буржуазного общества. М.: Издательство «Весь Мир», 2016. 344 с.

междисциплинарные исследования на стыке массовых коммуникаций, политологии и психологии, посвященные вопросам воздействия СМИ на человеческое сознание и общество (теория «волшебной пули», теория формирования повестки дня, теория культивации, теория социализации, теория формирования общественного мнения и др.)⁴⁶, доказывают, что за любыми нейтральными сведениями всегда стоит конкретное видение и представление⁴⁷. СМИ как один из видов массовой коммуникации⁴⁸ наделены возможностями воздействия как на общественное мнение, так и на личностное мировоззрение. М. В. Шкондин⁴⁹ отмечает, что средства массовой информации, являясь механизмом общественного диалога и социального взаимодействия, участвуют в осуществлении ряда социальных функций, в том числе идеологических и способных формировать социальную действительность.

Происходящие во второй половине XX века качественные сдвиги в информационном пространстве привели к структурному преобразованию политической сферы. В частности, изменениям подверглась природа политической власти и ее институтов, возросла потребность органов государственной власти в использовании средств массовой коммуникации и информации, новых информационно-коммуникационных технологий. Политические партии, которые долгое время были признаны традиционными носителями политического влияния, начали уступать место новым

⁴⁶ McCombs, M., & Stroud, N. J. (2014). Psychology of Agenda-Setting Effects. Mapping the Paths of Information Processing. *Review of Communication Research*, 2, 68–93; Cohen, J, Weimann, G. (2000). Cultivation Revisited: Some Genres Have Some Effects on Some Viewers. *Communication Reports*, 13(2), 99–114; Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill. 608 p.; Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.

⁴⁷ Popper, K. (2008). *After the Open Society: Selected Social and Political Writings*. London/New York: Routledge. 493 p.

⁴⁸ Фомичева И. Д. СМИ среди видов социальной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2012. № 1. С. 60–72.

⁴⁹ Шкондин М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М.: Пульс, 2002. 120 с.

институтам, формирующим информационное пространство власти⁵⁰. Центральным средством создания диалога между государством и гражданским обществом стали средства массовой информации.

Роль медиа в политическом процессе стремительно возрастает в условиях развития информационно-коммуникационных технологий: средства массовой информации трансформируются из инструмента власти, осуществляющего направленное информационное воздействие на аудиторию, в самостоятельную политическую силу⁵¹. Интеграция медиа в повседневную жизнь настолько велика, что рассмотрение происходящих политических, экономических и социокультурных процессов представляется затруднительным без медийной составляющей.

В современных академических исследованиях основным теоретико-концептуальным подходом к рассмотрению взаимодействия медиа, политики, экономики и общества стала медиатизация, под которой понимается процесс интеграции медиа во все сферы жизни современного общества⁵². Согласно датскому медиаисследователю Стигу Хьярварду⁵³, в процессе медиатизации общество становится подвластно медиа, а социальные институты трансформируются под их воздействием. Как отмечает А. Н. Гуреева⁵⁴, глубокая медиатизация общественно-политического пространства становится актуальной характеристикой

⁵⁰ Мухаев Р. Т. Медиapolитика. Учебник. М.: Инфра-М. 2020. 401 с.

⁵¹ МакКуэйл Д. Журналистика и общество: Учебное пособие. М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. 374 с.

⁵² Гуреева А. Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 192–208.

⁵³ Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change. In *Northern Lights. Yearbook of Film & Media Studies*. Bristol: Intellect Press.

⁵⁴ Гуреева А. Н., Кузнецова В. С. Концептуализация феномена медиатизации политики: основные теоретические подходы // Вопросы теории и практики журналистики, 2021. Т. 10, № 1. С. 191–205; Deacon, D., Stanyer, J. (2014). Mediatization: key concept or conceptual bandwagon. *Media, Culture & Society*, 36 (7), 1032–1044; Hepp, A., Hjarvard, S., Lundby, K. (2015). Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37 (2), 314–324; Krotz, F. (2009). Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change. In K. Lundby (ed.) *Mediatization: Concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang. pp. 21–40.

современного общества: медиа способны расширять традиционные границы коммуникации в политической сфере, предлагая политическим акторам дополнительные инструменты взаимодействия с целевыми группами.

Развитие регулирования СМИ на рубеже XX–XXI вв. неразрывно связано с переходом от аналоговых к цифровым технологиям, а затем к широкополосному интернету⁵⁵. Важнейшим процессом, трансформирующим медиасистемы большинства стран мира, и, как следствие, вызывающим изменения в системе регулирования СМИ становится цифровизация, под которой понимается «внедрение технологий, основанных на использовании цифровых форматов информации, в самые разнообразные сферы человеческой деятельности»⁵⁶. Цифровая трансформация медиасреды обусловила создание новых формы индустриального медиапроизводства⁵⁷, в связи с чем большинство правительств столкнулись с новыми задачами поиска эффективных механизмов регулирования СМИ, включая как установление экономических и технических требований к их деятельности, так и контроль за содержанием медиаматериалов, которые теперь могут создавать и распространять не только профессиональные журналисты, но и любые интернет-пользователи. В данном контексте стали усложняться отношения, связанные с регулированием цифровых СМИ, при этом их законодательное регулирование в большинстве стран долгое время опиралось на уже имеющиеся правовые рамки.

Логичным ответом на происходящие процессы становится совершенствование государствами национальных законодательств и

⁵⁵ Feintuck, M., Varney, M. (2006). *Media Regulation, Public Interest and the Law*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

⁵⁶ Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 246 с.; От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, А. В. Вырковский и др. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019. 208 с.

⁵⁷ Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2014. 280 с.; Вырковский А.В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход. М.: МедиаМир, 2016. 380 с.; Индустрия российских медиа: цифровое будущее / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, С. С. Смирнов, М.И. Макеенко. М.: МедиаМир, 2017.

значительное увеличение числа действующих лиц в процессе регулирования СМИ, в связи с чем возникает необходимость разграничения и расширения терминологии.

Право СМИ.

На протяжении XX века вопросы взаимодействия государства и средств массовой информации, правового и этического регулирования рассматривались как зарубежными, так и отечественными учеными в рамках таких направлений науки о коммуникациях, как право СМИ, экономика СМИ, профессиональная этика журналиста.

По мере развития медиасистем во многих странах актуализировались вопросы формирования единого комплекса законодательных мер в отношении средств массовой информации. В зарубежных исследованиях начали активно использоваться новые термины: право СМИ (*Media Law*), вещательное право (*Broadcast Law*), право индустрии развлечений (*Entertainment Law*).

Изучение правовых аспектов деятельности средств массовой информации предполагает применение разнообразных подходов, так как осуществляется как медиаисследователями, так и правоведами.

В зарубежном академическом дискурсе методологическую основу исследования права СМИ теоретиками массовой коммуникации составили труды, посвященные вопросам свободы слова и свободы выражения мнений, таких выдающихся ученых как Ф. Сиберт⁵⁸, А. Мейкледжон⁵⁹, И. Берлин⁶⁰, В. Блази⁶¹, Л. Боллинджер⁶², Т. Эмерсон⁶³, Р. МакЧесни⁶⁴, О. Фисс⁶⁵ и др.

⁵⁸ Siebert, F. S. (1965). *Freedom of the Press in England, 1476–1776: The Rise and Decline of Government Control*. Urbana: University of Illinois Press.

⁵⁹ Meiklejohn, A. (1960). *Political Freedom*. New York: Harper and Brothers.

⁶⁰ Berlin, I. (1958). *Two Concepts of Liberty*. Oxford: Clarendon Press.

⁶¹ Blasi, V. (1977). The Checking Value in First Amendment Theory. *American Bar Foundation Research Journal*, 2(3), 521–649

⁶² Bollinger, L. C. (1986). *The Tolerant Society: Freedom of Speech and Extremist Speech in America*. New York: Oxford University Press.

⁶³ Emerson, T. (1970). *The System of Freedom of Expression*. New York: Random House.

⁶⁴ McChesney, R. (1996). The Internet in U.S. Communication Policy Making in Historical and Critical Perspective. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(4).

Исследователи в области юридической науки (Д. Литман⁶⁶, Л. Лессиг⁶⁷, П. Гольдштейн⁶⁸, К. Санстейн⁶⁹, У. Фишер⁷⁰ и др.) при изучении всех аспектов права СМИ постепенно переходили от традиционного доктринального подхода к междисциплинарному, принимая во внимание пересекающиеся аспекты юриспруденции, политологии, технологий и массовой коммуникации.

В отечественной практике историческими предпосылками выделения права СМИ в отдельную отрасль правовых отношений стало формирование концепции информационного права. Вопросы государственного участия в сфере средств массовой информации долгое время изучались в рамках информационного и массово-информационного права.

Советский ученый А. Б. Венгеров⁷¹ одним из первых выдвинул гипотезу о правовой природе информации. После этого в отечественной науке начались дискуссии о необходимости правового регулирования информационных отношений. Несмотря на то, что долгое время в СССР информационные отношения не рассматривались как самостоятельный объект правового регулирования⁷², уже в конце 1980-х гг. в научных исследованиях появился термин «информационное право».

Первые инициативы выделения информационного права в отдельную отрасль правовых отношений сопровождались обширной научной дискуссией о необходимости нормативно-правового регулирования

⁶⁵ Fiss, O. M. (1996). *The Irony of Free Speech*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

⁶⁶ Litman, J. (1987). Copyright, Compromise, and Legislative History. *Cornell Law Review*, 72, 857–904; Litman, J. (1990). The Public Domain. *Emory Law Journal*, 39, 965-1023.

⁶⁷ Lessig, L. (1999). *Code and Other Laws of Cyberspace*. New York: Basic Books.

⁶⁸ Goldstein, P. (1970). Copyright and the First Amendment. *Columbia Law Review*, 70(6), 983-1057.

⁶⁹ Sunstein, C. R. (1992). *Democracy and the Problem of Free Speech*. New York: Free Press.

⁷⁰ Fisher, W. (1988). Reconstructing the Fair Use Doctrine. *Harvard Law Review*, 1661, 1744-1783.

⁷¹ Венгеров А. Б. Право и информация в условиях автоматизации управления. М.: Юридическая литература, 1978. 208 с.

⁷² Брагинский М. И. Правовое регулирование информационных отношений в условиях АСУ // Советское государство и право. 1976. № 1. С. 38–46; Шерстобитов А. Е. Значение и роль передачи информации в организации договорных связей // Вестник Московского государственного университета. Серия 11. Право. 1983. № 3. С. 68–72.

информационных отношений⁷³. Однако к началу XXI века все больше исследователей признали уникальность информационного права, которое способствует реализации конституционного права граждан на получение информации⁷⁴. Советский и российский юрист, основоположник данного научного направления И. Л. Бачило⁷⁵ отмечала, что отрасли права не являются однородными и группируются по признакам приоритета основного предмета регулирования, при этом переход социума к информационному и цифровому обществу обуславливает комплексность и универсальность информационного права.

Пристальное внимание отечественных ученых к вопросам научного осмысления правовых аспектов регулирования средств массовой информации возникло в 1990-е гг., характеризуемые развитием законодательства в сфере СМИ в условиях формирования новой политической системы. На рубеже XX и XXI вв. усилилось нормативно-правовое регулирование информационной сферы, включая вопросы государственного контроля за деятельностью средств массовой информации. В российской правовой системе возникло новое явление – массово-информационное право, которое в отечественных исследованиях рассматривалась не только как институт информационного права, но и как отдельная отрасль правовых отношений⁷⁶. И. Л. Бачило⁷⁷ утверждала, что в связи со сложной системой взаимоотношений субъектов в медиасистеме,

⁷³ Рассолов И. М. Информационное право: учебник и практикум для вузов. 6-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 415 с.

⁷⁴ Довнар Н. Н. Институциональная характеристика правового регулирования СМИ: особенности современного этапа // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2019. № 12. С. 113–120.

⁷⁵ Бачило И. Л. Информационное право: учебник для академического бакалавриата 5-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2016. 419 с.

⁷⁶ Информационное право: учебник для вузов / М. А. Федотов и др.; под ред. М. А. Федотова. М.: Издательство Юрайт, 2022. 497 с.; Кудрявцев М. А. Право СМИ в современной России: проблемы и перспективы // Законодательство и практика СМИ. 1999. № 3. С. 11–18.

⁷⁷ Бачило И. Л. Информационное право: учебник для академического бакалавриата 5-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2016. 419 с.

возникают новые основания для выделения права массовых коммуникаций в отдельную подотрасль информационного права.

Методологически развитие системы правового регулирования средств массовой информации происходило под влиянием фундаментальных теоретических исследований науки административного права. По мнению А. Г. Рихтера⁷⁸, нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность СМИ, обладают особенной спецификой, вследствие чего их включение в состав существующих в России отраслей права представляется затруднительным. Другие отечественные ученые⁷⁹ придерживаются мнения, что правовые отношения СМИ должны рассматриваться в рамках права массовой коммуникации (как особой подотрасли информационного права), которое включает в себя как регулирование СМИ, так и регулирование новых цифровых медиа.

Понятие медиарегулирования.

Вместе с развитием национальных законодательств в сфере средств массовой информации перед учеными возникли новые исследовательские задачи по определению эффективных механизмов управления СМИ и координации деятельности всех участников регулирования средств массовой информации.

В зарубежных исследованиях основной концепцией изучения регулятивных мер, направленных на правовое и экономическое управление деятельностью СМИ, стало медиарегулирование. При этом в связи с лексическими особенностями заимствования иностранных слов в русском языке встречающиеся в зарубежных и отечественных исследованиях понятия «медиарегулирование» и «регулирование СМИ» можно считать

⁷⁸ Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. М.: Издательство Московского университета, 2002. 352 с.

⁷⁹ Минбалеев А. В. Теоретические основания правового регулирования массовых коммуникаций в условиях развития информационного общества: дис. ... д-ра юрид. наук. Челябинск, 2012; Рассолов И. М. Право и Интернет: теоретические проблемы: дис. ... д-ра юрид. наук. Москва, 2008; Довнар Н. Н. Институциональная характеристика правового регулирования СМИ: особенности современного этапа // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2019. № 12. С. 113–120.

синонимичными. Кроме того, в связи с расширением терминологического и концептуального аппаратов в актуальных российских медиаисследованиях⁸⁰, а также в связи с расширением медиaprостранства и возникновением новых видов и форматов медиа, на современном этапе представляется вполне оправданным использовать термин «медиарегулирование».

В прикладном аспекте медиарегулирование – это осуществление государственного контроля за деятельностью как традиционных СМИ, так и цифровых медиа при помощи специальных средств, механизмов и приемов⁸¹. В связи с тем, что медиа становятся средой существования современного человека⁸², помимо государственного регулирования представляется важным участие других регулирующих органов, обеспечивающих внутренний контроль за деятельностью медиапредприятий.

Согласно К.-Ж. Бертрану⁸³, в странах с высоким уровнем демократического развития при осуществлении медиарегулирования применяется несколько десятков видов прямого и косвенного, формального и неформального регулирования, которое осуществляется без государственного вмешательства. Как отмечает профессор А. П. Короченский⁸⁴, применение разнообразных форм регулирования представляется необходимым для предотвращения чрезмерного правового регулирования, мотивации сотрудников медиапредприятий

⁸⁰ От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / Е. Л. Варганова, М. Е. Аникина, А. В. Вырковский и др. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019. 208 с.

⁸¹ Chandler, D., Munday, R. (2011). *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford, UK: Oxford University Press; Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge, UK: Polity.

⁸² Варганова Е. Л. Человек медийный как результат социального развития? // МедиаАльманах. 2015. № 5 (70). С. 8–11; Deuze, M. (2012). *Media Life*. Cambridge: Polity Press.

⁸³ Bertrand, C.-J. (Ed.). (2000). *Media Ethics and Accountability Systems* (1st ed.). Routledge; Короченский А. П. Регулятивная роль медиакритики // Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. М.: Галерея, 2004. 400 с.

⁸⁴ Короченский А. П. Регулятивная роль медиакритики // Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. М.: Галерея, 2004. 400 с.

руководствоваться этическими стандартами, гарантии объективности и достоверности распространяемой информации.

Британский медиаисследователь Дэнис МакКуэйл⁸⁵ разделяет медиарегулирование на внешнее (установление правовых норм на международном и национальном уровнях, осуществление административных процедур) и внутреннее (редакционные стандарты медиакомпаний, саморегулирование, осуществление профессиональными сообществами внутреннего контроля за деятельностью медиа). Как отмечают Питер Лунт и Соня Ливингстон⁸⁶, границы допустимого государственного вмешательства в функционирование медиа в каждом государстве определяются в соответствии со спецификой политической системы и состоянием национальной медиасистемы. Правительства самостоятельно определяют характер медиарегулирования, так же как и полномочия, ответственность и функции регулирующих органов.

Исследователи Лондонской школы экономики и политических наук⁸⁷ выделяют шесть моделей медиарегулирования, возможность применения которых зависит от национальных особенностей:

- 1) внутреннее саморегулирование (установление редакционных стандартов, подотчетность профессиональному сообществу);
- 2) добровольное независимое саморегулирование (подотчетность стороннему негосударственному органу, который действует в интересах общества и аудитории, а не медиа);
- 3) добровольное независимое саморегулирование с официальным признанием (деятельность ньюс-омбудсменов или советов по прессе);

⁸⁵ McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.

⁸⁶ Lunt, P., Livingstone, S. (2012). *Media Regulation Governance and the Interests of Citizens and Consumers*. Los Angeles/London: SAGE.

⁸⁷ Guzman, N. (2012). What is Press Regulation? – Six Different Models. Posted In: *Press Regulation*. LSE Blogs. Режим доступа: <https://blogs.lse.ac.uk/medialse/2012/12/02/what-is-press-regulation-six-different-models/> (дата обращения: 03.01.2021).

- 4) регламентированная отчетность (подотчетность уполномоченному органу, созданному государством, однако полностью независимому от правительства и отрасли);
- 5) законодательное регулирование (подотчетность органу государственной власти, функционирующему исключительно в соответствии с национальным законодательством);
- б) государственный контроль (прямое управление медиа со стороны правительства, система предварительной цензуры).

С точки зрения воздействия на развитие медиасистемы, зарубежные ученые разграничивают медиарегулирование на позитивное и негативное. На основании трудов Р. Пикарда⁸⁸, Д. Фридмана⁸⁹ и К. Холлика⁹⁰ можно выделить следующие меры позитивного медиарегулирования: защита прав пользователей, обеспечение национальной и информационной безопасности, поддержка деятельности медиапредприятий, защита национальной и региональной культурной самобытности, развитие культурных и демократических ценностей. В то же время негативное медиарегулирование может включать в себя чрезмерный государственный контроль за деятельностью и содержанием медиа, создание мощных коммерческих структур, приводящих к монополизации медиарынка.

В отечественном академическом дискурсе комплексное изучение медиарегулирования представляется необходимым в связи с переходом Российской Федерации к информационному и цифровому обществу, которое сопровождается принятием концептуальных и стратегических документов.

В российской академической литературе термин «медиарегулирование» традиционно трактуется как совокупность комплекса мер законодательной, исполнительной и судебной власти, применяемых государством в лице его органов в целях реализации государственной

⁸⁸ Picard, R. (1985). *The Press and the Decline of Democracy*. Westport: Greenwood Press.

⁸⁹ Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge, UK: Polity.

⁹⁰ Hollick, C. (1994). *Media Regulation and Democracy*. *Index on Censorship*, 23(4-5), 54-58.

информационной политики⁹¹ и практически отождествляется с государственным регулированием средств массовой информации и новых медиа. Действительно, российское правительство последовательно формирует новую парадигму медиарегулирования. Несмотря на развитие медийного саморегулирования, в отечественной практике государство по-прежнему является основным актором медиарегулирования, модернизируя законодательство и применяя новые формы контроля за всеми видами медиа.

Следует отметить, что государственное медиарегулирование не является ограничительной мерой, оно призвано устанавливать требования к медиа в целях оптимизации их деятельности⁹². Концептуализируя понятие «медиарегулирование», Е. Л. Вартанова⁹³ подчеркивает, что медиарегулирование должно быть направлено на обеспечение эффективного функционирования медиарынка и медиасистемы в целом. При этом процесс медиарегулирования является динамичным и проявляется в своевременном обновлении положений национального законодательства.

Понятие медиаполитики.

Государственное участие в сфере контроля за деятельностью медиа представляется важным в рамках предотвращения правовых нарушений и достижения национальных стратегических задач, однако возрастающее социальное значение медиа приводит к возникновению новых научных задач по определению ролей всех акторов влияния на современную медиасистему.

Для описания комплексной системы, включающей политические, законодательные, экономические и культурные меры регулирования деятельности медиа Дэнис МакКуэйл использует термин медиаполитика (от англ. *media policy*). Близкая интерпретация была предложена австралийским ученым Терри Флю, согласно которому медиаполитика – это система

⁹¹ Ульбашев А. Х. Основы медиарегулирования. М.: Инфотропик. 2017. 227 с.

⁹² Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge, UK: Polity.

⁹³ Вартанова Е. Л. Медиаполитика: актуальный академический дискурс // МедиаАльманах. 2019. № 1 (90). С. 8–19.

институционализированных механизмов для управления структурой и функционированием медиа⁹⁴.

Следует подчеркнуть, что понятие «медиаполитика» значительно шире понятия «медиарегулирование». Медиаполитика определяет создание предпочтительного медиаландшафта, в то время как медиарегулирование является инструментом, с помощью которого государство реализует поставленные задачи⁹⁵.

В отечественной науке медиаполитика долгое время рассматривалась в контексте информационной политики, центральное место в которой занимало государство⁹⁶. Российские теоретические подходы к медиаполитике значительно отличаются от зарубежных. Термин «медиаполитика» впервые встречался в отечественных исследованиях в 2015 году для описания многоуровневой системы законодательных и этических принципов деятельности традиционных и цифровых медиа⁹⁷. Е. Л. Варганова⁹⁸ отмечает, что по сравнению с медиарегулированием, которое традиционно рассматривается с точки зрения развития нормотворчества, медиаполитика наделена более широким значением и характеризуется участием большего количества субъектов. Возрастающая роль медиа в общественно-политическом процессе приводит к воздействию на медиаорганизации разнообразных институтов, в связи с чем при теоретическом изучении

⁹⁴ Flew, T. (2012). The Convergent Media Policy Moment. *Institute for Culture and Society Occasional Paper*, 3(3), 1–18.

⁹⁵ Abramson, B. D. (2001). Media policy after regulation? *International Journal of Cultural Studies*, 4(3), 301–326.

⁹⁶ Варганова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2014. 280 с; Варганова Е. Л. Медиаполитика в контексте научных исследований СМИ: российские и зарубежные векторы // Медиаскоп. 2015. Вып. 2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1744> (дата обращения: 07.01.2021).

⁹⁷ Варганова Е. Л. Медиаполитика в контексте научных исследований СМИ: российские и зарубежные векторы // Медиаскоп. 2015. Вып. 2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1744> (дата обращения: 07.01.2021).

⁹⁸ Варганова Е. Л. Медиаполитика: актуальный академический дискурс // МедиаАльманах. 2019. № 1 (90). С. 8–19.

медиаполитики необходимо применение междисциплинарного и интегрального подходов⁹⁹.

Первые инициативы, породившие возникновение медиаполитики в современном понимании, возникли после Второй мировой войны. В 1947 году комиссия Хатчинса (США) сформулировала теорию социальной ответственности прессы, согласно которой средства массовой информации должны сообщать о происходящих событиях правдиво, точно, честно и объективно.

Исследования социологов Ф. Сиберта, У. Шрамма и Т. Петерсона, посвященные особенностям развития мировой прессы с учетом ее взаимосвязи с государством, рычагам контроля за прессой, вопросам собственности, особенностям аудитории, правам и возможностям информационных органов, позволили определить теорию социальной ответственности прессы, которая трактуется как обеспечение равновесия между государственным контролем за деятельностью СМИ и сохранением свободы прессы¹⁰⁰. Социологи представили две модели преодоления естественных противоречий в этом поле: 1) создание и функционирование независимых общественных институтов управления вещанием, направленных на достижение объективности и нейтральности средств массовой информации и содействие их коммуникации с аудиторией и отчетностью перед обществом; 2) развитие профессионализма как способа достижения высоких результатов в профессиональной деятельности.

В дальнейших исследованиях социальная ответственность понималась как ответственность медиа по отношению к обществу, а также их реакция на запросы и мнения аудитории¹⁰¹. Исследователи С. Бэрн и Д. Дэвис¹⁰²

⁹⁹ Вартанова Е. Л. Медиаполитика в контексте научных исследований СМИ: российские и зарубежные векторы // Медиаскоп. 2015. Вып. 2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1744> (дата обращения: 07.01.2021).

¹⁰⁰ Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М.: Вагриус, 1998. 223 с.

¹⁰¹ Bardoel, J., d'Haenens, L. (2004). Media Meet the Citizen: Beyond Market Mechanisms and Government Regulations. *European Journal of Communication*, 19(2), 165-194.

различают пять уровней ответственности медиа: перед государством, перед обществом, перед аудиторией, перед издателем и владельцем и перед профессиональным сообществом.

Необходимо отметить, что концепция ответственности относится как к информационному содержанию медиа, так и к их функции в обществе. Британский исследователь Д. МакКуэйл считает, что для эффективного функционирования средств массовой информации представляется критически необходимым проявлять социальную ответственность и оправдывать ожидания общества¹⁰³.

Развивая теорию социальной ответственности, Д. МакКуэйл выделяет ее основополагающие принципы, которые можно объединить в следующие укрупненные группы: *медиа и общественные обязательства, медиа и общественные интересы, медиа и плюрализм мнений, медиа и подотчетность*. Согласно исследованиям Д. МакКуэйла, необходимость развития саморегулирования объясняется именно обязательствами медиа перед обществом. Владельцы, управленцы и сотрудники редакций призваны функционировать в соответствии с профессионально-этическими нормами, внимательно следить за распространяемой информацией, обеспечивать аудиторию объективными сведениями, предоставлять разные точки зрения.

Д. МакКуэйл¹⁰⁴ выделяет две основные модели ответственности: *модель юридической ответственности* (виды ответственности, установленные национальным законодательством) и *модель служебной ответственности* (виды ответственности, установленные профессиональными организациями и медиакомпаниями самостоятельно). При этом ученый подчеркивает, что в развитых демократических странах представляется необходимым отходить от идеи исключительно

¹⁰² Baron, S.I., Davis, D.K. (1995). *Mass Communication Theory. Foundation, Fervent and Future*. Belmont: Wadsworth Publishing.

¹⁰³ McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.

¹⁰⁴ МакКуэйл Д. Журналистика и общество: Учебное пособие. М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. 374 с.

законодательного регулирования и находить новые подходы, снижающие риски чрезмерного государственного контроля. Развивая идею Д. МакКуэйла, Е. Л. Вартанова¹⁰⁵ предлагает еще одну модель ответственности – демократическую, возникновение которой обусловлено новыми информационными и цифровыми вызовами, в первую очередь связанными с проблемой цифрового неравенства. Таким образом, в целях обеспечения новых информационных прав гражданина представляется необходимым находить актуальные и эффективные управленческие механизмы.

Для описания установления как правовых, так и этических требований к медиа, в случае нарушения которых к медиаорганизации могут быть предъявлены претензии, в зарубежных академических исследованиях используется термин «подотчетность»¹⁰⁶. Дж. Бруммер определяет подотчетность как способность и готовность медиа предоставить отчет о своих действиях или бездействии¹⁰⁷.

Нидерландский исследователь Джо Бардоэль выделяет четыре механизма подотчетности медиа¹⁰⁸:

- *политическая подотчетность* (формальное регулирование, определяющее структуру и функционирование редакций);
- *рыночная подотчетность* (основывается на законе спроса и предложения и обеспечивает аудитории свободный выбор медиапродукта);
- *подотчетность обществу* (ставит перед медиа задачу поддерживать прямые отношения с аудиторией);

¹⁰⁵ Вартанова Е. Л. Медиаполитика: актуальный академический дискурс. МедиаАльманах. 2019. № 1. С. 8–17.

¹⁰⁶ МакКуэйл Д. Журналистика и общество: Учебное пособие. М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. 374 с.

¹⁰⁷ Brummer, J. (1991). *Corporate Responsibility: An Interdisciplinary Analysis*. Westport: Greenwood Press.

¹⁰⁸ Bardoel, J. (2001). Open Media, Open Society. Rise and Fall of the Dutch Broadcast Model: A Case Study. In Zassourski, Y.N. and Vartanova, E. L. (eds) *Media for the Open Society*. Moscow: Faculty of Journalism/Publisher IKAR.

- *профессиональная подотчетность* (связана с этическими кодексами и стандартами функционирования медиа, которые нивелируют любую чрезмерную зависимость медиа от политики и рынка).

Необходимо отметить, что различия между понятиями ответственности и подотчетности медиа довольно существенные. Согласно Л. Ходжесу¹⁰⁹, под ответственностью медиа подразумевается определение обязательств СМИ и журналистов перед обществом, в то время как подотчетность предполагает принудительное исполнение этих обязательств. При этом Джо Бардоэль и Леен д'Хаененс¹¹⁰, анализируя теоретические подходы к ответственности и подотчетности медиа, приходят к выводу, что в академическом поле наблюдается переход от абстрактных представлений о данных понятиях к более практической и конкретной их интерпретации, однако соответствующие дискуссии ведутся в значительной мере в академическом сообществе и практически не затрагиваются представителями индустрии.

Ответственность и подотчетность медиа долгое время рассматривались как основополагающие подходы к изучению медиаполитики. В 1999 году политолог Джон Заллер¹¹¹ предложил теорию медиаполитики, методологической основой которой стала экономическая теория демократии Энтони Даунса.

Д. Заллер выделил трех основных акторов медиаполитики, каждый из которых руководствуется разными мотивами:

- *политические деятели* (цель – использование массовой коммуникации для мобилизации общественной поддержки, необходимой им для победы на выборах и для того, чтобы добиться принятия своих программ во время пребывания у власти);

¹⁰⁹ Hodges, L.W. (1986). *Defining Press Responsibility: A Functional Approach*. In Elliot, D. (ed.) *Responsible Journalism*. Beverly Hills: SAGE.

¹¹⁰ Bardoel, J., d'Haenens, L. (2004). Media Meet the Citizen: Beyond Market Mechanisms and Government Regulations. *European Journal of Communication*, 19(2), 165-194.

¹¹¹ Zaller, J. (1999). *A theory of media politics: How the interests of politicians, journalists and citizens shape the news*. Draft Manuscript Under Contract with University of Chicago Press. Режим доступа: www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/zaller/media%20politics%20book%20.pdf (дата обращения: 15.08.2021).

- *журналисты* (цель – создание историй, которые привлекают большую аудиторию и подчеркивают «независимый и значимый голос журналистов»);
- *гражданское общество* (цель – наблюдение за политикой и привлечение политиков к ответственности на основе минимальных усилий).

В современных условиях медиаполитика характеризуется еще большей многосубъектностью, количеством действующих лиц и механизмов регуляции. Е. Л. Варганова¹¹² подчеркивает, что сегодня в вопросах применения новых регулятивных механизмов представляется важным учитывать роль новых участников – международных и национальных профильных организаций, ИТ-индустрии, аудитории, гражданской журналистики и пользовательских медиа.

В условиях активных процессов глобализации и цифровизации для комплексного исследования медиаполитики представляется необходимым найти новые теоретические и аналитические модели, которые можно было бы использовать для изучения новых тенденций как в медиаиндустрии, так и в медиарегулировании. Под влиянием процесса глобализации происходит трансформация традиционных моделей формирования и реализации медиаполитики, поскольку национальные границы становятся более прозрачными.

Медиаполитика направлена на устойчивое функционирование медиасистемы, поэтому для ее эффективной реализации в условиях цифровой трансформации медиапространства представляется необходимым комплексное изучение деятельности:

- государства (правовые нормы регулирования информации и деятельности традиционных СМИ и цифровых медиа; концептуально-стратегические усилия государства по созданию эффективного,

¹¹² Варганова Е. Л. Медиаполитика: актуальный академический дискурс. МедиаАльманах. 2019. № 1. С. 8–17.

- устойчивого и безопасного цифрового пространства);
- профессиональных организаций в сфере медиа (утверждение этических стандартов и контроль за их соблюдением; участие профессиональных организаций в процессе совершенствования национального законодательства в сфере медиа);
 - медиаиндустрии (внутренние редакционные стандарты официальных СМИ; подотчетность цифровых медиа обществу и индустрии; развитие деятельности индустриальных организаций в сфере медиа);
 - ИТ-индустрии (внутренний контроль интернет-провайдеров, владельцев социальных сетей и интернет-ресурсов за информацией, распространяемой в цифровом пространстве);
 - гражданского общества (уровень цифровой и медиаграмотности населения; информационные запросы аудитории медиа; общественная реакция на внедрение государственных инициатив в сфере медиа).

Кроме того, в связи с развитием цифровых технологий, которые становятся основой цифровой журналистики, актуализируются вопросы разработки новой правовой основы для новых видов и форматов медиа, а также адаптации инструментов государственного регулирования и саморегулирования к цифровой медиасреде.

Учитывая присутствие традиционных СМИ в интернет-пространстве, а также возникновение и функционирование новых видов медиа, перед владельцами социальных сетей и интернет-ресурсов возникает важная задача контроля за распространяемой на их площадках информацией, поиска эффективных механизмов модерации пользовательского контента. Таким образом, усилия ИТ-индустрии сегодня представляют исключительную важность как в процессе управления информационными потоками, так и в системе медиаполитики в целом.

Помимо этого, в результате широкого распространения Интернета трансформировались практики взаимодействия медиа и общества. Согласно

Д. МакКуэйлу¹¹³, важнейшей характеристикой журналистики в интернет-пространстве становится возможность оперативного установления обратной связи с аудиторией. Технологические возможности цифровой медиакommunikационной среды позволяют интернет-пользователям свободно получать доступ к любым СМИ и медиапроектам, а также распространять информацию в своих личных аккаунтах, высказывая мнение по значимым общественно-политическим вопросам¹¹⁴. Таким образом, цифровой сдвиг медиасистемы приводит к возникновению двустороннего процесса, в котором с одной стороны усиливается воздействие медиа на аудиторию¹¹⁵, а с другой – возрастает роль аудитории в процессе распространения и обработки информации, восприятия журналистских материалов и формирования общественного мнения¹¹⁶.

1.2. Государственная информационная политика в условиях цифровизации

Последние десятилетия характеризуются значительными трансформациями структурно-фундаментальных основ российского и мирового сообществ. На рубеже XX–XXI веков пристальное внимание ученых всего мира было направлено на осмысление информационно-коммуникационных технологий как основного ресурса социального развития государства и модернизации политического процесса. Стремительное

¹¹³ МакКуэйл Д. Журналистика и общество: Учебное пособие. М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. 374 с.

¹¹⁴ Гуреева А. Н. Роль медиаактивности российской молодежи в процессе медиатизации политики // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 2. С. 325–334.

¹¹⁵ Макеенко М. И., Вырковский А. В. Возможности влияния неинституционализированных производителей развлекательного и познавательного контента на аудиторию // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 5. С. 74–99; Вырковский А. В., Горбунова А. С., Давлетшина М. И. Новые медиа и политические процессы в постсоветских странах (на примере цветных революций) // Медиаскоп. 2019. № 4. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2593> (дата обращения: 07.11.2020).

¹¹⁶ Вартанова Е. Л. Цифровая журналистика как новое поле академических исследований // МедиаАльманах. 2021. № 6(107). С. 8–14; Blanchett, N. (2021). Participative Gatekeeping: The Intersection of News, Audience Data, Newswriters, and Economics. *Digital Journalism*, 9, 1–19.

научно-технологическое развитие привело к возникновению в социологии нового типа общества – информационного.

Традиционно информационное общество рассматривается как разновидность или как новый этап развития постиндустриального общества. При этом дискуссии вокруг тождественности данных концепций до сих пор ведутся среди ученых: социологи¹¹⁷ отмечают, что хотя обе теории отражают основные тенденции перехода от индустриализма к иному типу общества, понятийно-категориальный аппарат в данных парадигмах значительно отличается.

Выдающийся вклад в развитие и систематизацию постиндустриализма внес профессор Гарвардского университета Д. Белл¹¹⁸, который предложил концепцию перехода общества от индустриального к постиндустриальному, основным ресурсом которого становится информация, а доминантами общественного развития – знания и технологии. При этом изначальная интерпретация Д. Беллом постиндустриального общества как общества знаний подразумевала именно научные знания, а не информацию. Однако после введения в научный оборот концепции информационного общества, американский социолог согласился с тождественностью основ постиндустриального и информационного обществ.

Научная концепция Д. Белла основывается на последовательной смене эпох: ученый выделяет доиндустриальное, индустриальное и постиндустриальное общества. Разделение этапов развития цивилизации на три стадии также было предложено американским философом и футурологом Элвином Тоффлером, который рассматривал постиндустриальное общество с точки зрения технологической детерминированности. В 1980 г. в книге «Третья волна» Э. Тоффлер¹¹⁹ выделил три волны в истории цивилизации:

¹¹⁷ Лазаревич А. А. Постиндустриализм в зеркале теории информационного общества // Философия и социальные науки. 2007. № 4. С. 11–17.

¹¹⁸ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество / Арапова Н. П. Информационная политика: в контексте социальной информатиологии М.: Изд-во РАГС, 2007. С. 207–211

¹¹⁹ Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2002. 784 с.

аграрную/сельскохозяйственную (до XVIII века), индустриальную (до 1950-х гг.) и пост-/супериндустриальную (с 1950-х г.). Возникновение третьей волны цивилизации ученый связывал с достижениями научно-технологического прогресса, вследствие чего происходит не только ускорение информационных потоков, но и наблюдаются глубинные изменения в структуре информации. Э. Тоффлер предсказывал, что данное явление приведет к реорганизации медиасистемы: СМИ больше не смогут справиться с информационной нагрузкой, вследствие чего в ближайшем будущем начнут преобладать новые интерактивные средства, способные обеспечить разнообразие информации и персонализацию информационных запросов.

Определяющее место в переходе от индустриального к постиндустриальному обществу заняла информационная революция – третья социотехнологическая революция, которая впервые затронула проблему интеллектуальных процессов¹²⁰. В новом типе общества классическое социологическое понимание термина «информация» было дополнено неклассическим осмыслением социально-экономической природы информации.

Превращение информации в стратегический ресурс общества кардинально трансформировало роль материального производства. Развивая концепцию постиндустриального общества, Й. Масуда отмечал, что информационная революция превратится в новую производительную силу, вследствие чего возникнет массовое производство когнитивной и систематизированной информации, новых технологий и знаний. По мнению ученого, ключевая функция компьютерных технологий заключается в усилении интеллектуального труда человека, что составляет фундаментальную основу нового типа общества.

¹²⁰ Лазаревич А. А. Постиндустриализм в зеркале теории информационного общества // Философия и социальные науки. 2007. № 4. С. 11–17.

Схожей идеи придерживался французский социолог А. Турен¹²¹, который отмечал, что информация становится новой производительной силой, а интеллектуальное производство – основной отраслью экономики, ведущей к преобразованию управленческой политики государства.

В 1990-х гг., характеризующихся еще более стремительными темпами информационно-коммуникационного развития и интенсификацией Интернета, концепция информационного общества получила новое теоретическое осмысление. Британский социолог Фрэнк Уэбстер¹²² отмечал, что новые возможности обработки, хранения и передачи информации приводят к распространению и использованию ИКТ практически во всех сферах экономики и общества, что сопровождается положительными социальными и экономическими последствиями.

Развитие ИКТ привело к усилению роли государственного регулирования, которое должно активизировать производство и спрос на средства телекоммуникации и информатизации, информационные продукты и услуги. Для описания общественно-политических, экономических и культурных трансформаций, происходящих в государстве в связи с развитием информационных технологий, зарубежные исследователи¹²³ ввели в научный оборот понятие «*сетевого общества*». Данная идея получила развитие в трудах других западных ученых¹²⁴, которые начали использовать термин «*сетевое государство*» для описания процесса расширения пределов национального государства в условиях стремительного технологического развития. При этом внутри страны «сетевое государство» объединяет

¹²¹ Турен А. От обмена к коммуникации: рождение программированного общества / Гуревич П. С. (отв. ред.) Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс, 1986. С. 229–239.

¹²² Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004. 400 с.

¹²³ van Dijk, J. (2012). *The Network Society*. 3rd edition. London: SAGE Publications. 336 p.

¹²⁴ Castells, M. (2009). *The Rise of the Network Society*. 2nd edition. Wiley-Blackwell; Fountain, J. (2001). *Building the Virtual State, Information Technology and Institutional Change*. Washington, DC: The Brookings Institution; Hacker, K. and van Dijk, J. (eds). (2000). *Digital Democracy: Issues of Theory and Practice*. London: Sage; Goldsmith, S., Eggers, W. (2004). *Governing by Network, The New Shape of the Public Sector*. Washington DC: Brookings Institution Press.

правительственные органы и государственные учреждения, поддерживает тесные отношения с гражданским обществом¹²⁵.

Испанский социолог Мануэль Кастельс¹²⁶ называет три ключевые характеристики «сетевого государства»¹²⁷: разграничение суверенитета и уровня ответственности между государствами на разных уровнях власти, мобильность управленческих процедур, многообразность пространственно-временных связей между государством и гражданами сравнительно с предыдущей моделью национального государства.

Исследователи С. Голдсмит и У. Д. Эггерс¹²⁸ отмечают, что в связи с технологическим развитием возникают новые тенденции государственного управления. К ним относятся:

- использование сторонних компаний (частных фирм, некоммерческих организаций) в процессе государственного управления;
- объединение государственных структур (на всех уровнях правительства) для реализации государственных задач;
- внедрение передовых технологий во все сферы общественной жизни, что позволяет органам государственной власти использовать новые способы сотрудничества (в режиме реального времени) с внешними партнерами;
- возрастающий спрос граждан на использование государственных услуг, в том числе в новых цифровых форматах.

Повсеместное внедрение информационно-коммуникационных технологий во все сферы общественной жизни приводит к возникновению актуальной задачи, стоящей перед развитыми правительствами, заключающейся в обеспечении информационной открытости государства.

¹²⁵ van Dijk, J. (2012). *The Network Society*. 3rd edition. London: SAGE Publications. 336 p.

¹²⁶ Кастельс М. Власть коммуникации: учебное пособие. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.

¹²⁷ Castells, M. (2009). *The Rise of the Network Society*. 2nd edition. Wiley-Blackwell.

¹²⁸ Goldsmith, S., Eggers, W. (2004). *Governing by Network, The New Shape of the Public Sector*. Washington DC: Brookings Institution Press.

Британский исследователь Х. Тамбер¹²⁹ считает, что информация как инструмент управления обеспечивает согласованную работу правительства, а при осуществлении социального контроля и формирования общественного мнения государство полагается именно на коммуникацию и информацию.

Перспективы общественного развития неразрывно связаны с состоянием информационной системы. В целях обеспечения единого информационного пространства представляется чрезвычайно важным принимать во внимание глобальные технологические изменения. Цифровая трансформация социальных, политических и экономических процессов становится движущей силой развития всех отраслей жизни и ключевым критерием включенности государств в мировую повестку. Процесс цифровизации (понимается как «процесс перевода информации в цифровую форму, сопровождающийся внедрением в обиход цифровой техники и технологий и вызывающий соответствующие социально-экономические изменения»¹³⁰) породил масштабные общественные изменения, вследствие чего в академическом сообществе возникли дискуссии вокруг необходимости формирования новой концепции цифрового общества.

Отечественные исследователи А. И. Агеев, М. А. Аверьянов, С. Н. Евтушенко и Е. Ю. Кочеткова убеждены, что становление цифрового общества (понимается как «новый уровень постиндустриального развития, отличающийся способом построения общественных отношений, сфер жизнедеятельности и институтов, опирающихся на цифровые методы обработки информации»¹³¹) необходимо в целях развития российского государства. При этом основными принципами нового вида общества должны стать следующие: обеспечение равного доступа к цифровым

¹²⁹Tumber, H. (1993). Taming the Truth. *British Journalism Review*, 4 (1), 37-41.

¹³⁰ Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 246 с.; От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, А. В. Вырковский и др. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019. 208 с.

¹³¹ Чернавин Ю. А. Цифровое общество: теоретические контуры складывающейся парадигмы // *Цифровая социология*, 2021. Т. 4, № 2. С. 4–12.

активам; развитие цифровых компетенций субъектов; использование национальных цифровых технологий; обеспечение единого цифрового пространства; формирование и развитие новых цифровых ценностей и культуры (при этом сохраняя традиционные)¹³². Ученые справедливо отмечают, что вопросы цифровой экономики, развития цифровых компетенций граждан и доступа к цифровым технологиям должны быть закреплены в соответствующих нормативно-правовых документах.

Рассмотрение информационно-коммуникационных технологий как движущей силы формирования и развития информационного общества находит подтверждение и в официальных международных документах. Уже в 2005 году на международном уровне осознавалось возрастающее значение ИКТ в современном обществе: в *«Декларации Комитета министров о правах человека и верховенстве права в Информационном Обществе»*¹³³ подчеркивалось, что ограничение или отсутствие доступа к информационно-коммуникационным технологиям способно лишить граждан возможности в полной степени реализовывать свои права¹³⁴. В связи с этим Декларация усиливает защиту прав, установленных другими международными документами (например, Всеобщей декларацией прав человека ООН 1948 г.¹³⁵, Конвенцией о защите прав человека и основных свобод 1950 г.¹³⁶), а также вводит принципиально новые положения:

¹³² Агеев А. И., Аверьянов М. А., Евтушенко С. Н., Кочетова Е. Ю. Цифровое общество: архитектура, принципы, видение // *Экономические стратегии*, 2017. № 1 (143). С. 114–125.

¹³³ Декларация Комитета министров о правах человека и верховенстве права в Информационном Обществе. Режим доступа: http://www.ifapcom.ru/files/Deklaratsiya_Komiteta_ministrov_o_pravah_cheloveka_i_verhovenstve_prava_v_informatsionnom_obschestve.pdf (дата обращения: 27.01.2021).

¹³⁴ Декларация Комитета министров о правах человека и верховенстве права в Информационном Обществе. Режим доступа: http://www.ifapcom.ru/files/Deklaratsiya_Komiteta_ministrov_o_pravah_cheloveka_i_verhovenstve_prava_v_informatsionnom_obschestve.pdf (дата обращения: 27.01.2021).

¹³⁵ Всеобщая декларация прав человека / ООН. Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml (дата обращения: 05.02.2021).

¹³⁶ Конвенция о защите прав человека и основных свобод" (Заключена в г. Риме 04.11.1950). Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29160/ (дата обращения: 05.02.2021).

- отмечается необходимость новых видов образования и обеспечения доступа к новым информационным технологиям, а также необходимость развития компьютерной грамотности как условия для обеспечения равного доступа к информации;
- устанавливается роль гражданского общества в процессе построения информационного общества как на этапе определения стратегии, так и в процессе ее реализации;
- отмечается перспективность вклада гражданского общества в определение эффективных механизмов регулирования ИКТ.

Построение и функционирование информационного общества обусловило необходимость изучения государственного управления информационными процессами и научных основ информационной политики. В западных исследованиях ключевой подход к пониманию информационной политики заключается в ее рассмотрении как основополагающего фактора модернизации политической системы и ее институтов.

Методологическую основу современных концепций информационной политики составляют теории информационного общества. В теоретическом понимании информационная политика – это совокупность политических решений, определяющих цели и задачи информационной деятельности государства¹³⁷.

Американский исследователь С. Брамман¹³⁸ отмечает, что к 2010-м гг. существенно возрос интерес ученых разных наук (экономики, бизнеса, энергетики, социологии, национальной безопасности и др.) к проблеме информационной политики, что свидетельствует о возникновении междисциплинарности, формирующей новые подходы к изучению информационной политики. Согласно С. Брамман, информационная политика включает в себя законодательные акты и другие нормативные документы,

¹³⁷ Brüggemann, M. (2005). How the EU Constructs the European public Sphere Seven Strategies of Information Policy. *Javnost/The Public*, 12(2), 57–73.

¹³⁸ Braman, S. (2011). Defining Information Policy. *Journal of Information Policy*, 1, 1–5.

оказывающие социальный эффект и направленные на создание, обработку, доступ и использование информации. При этом основными компонентами информационной политики являются идентификация общественных информационных потребностей, создание механизмов их удовлетворения и побуждение к интенсивному применению информационных ресурсов¹³⁹.

Если в зарубежном академическом дискурсе информационная политика не ограничивается границами государства, то отечественные исследования в значительной степени посвящены анализу национальной информационной политики.

Необходимость разработки государственной информационной политики в целях политического, экономического и социального развития страны отмечалось российским исследователем Ю. А. Нисневичем¹⁴⁰ еще в 1999 году. В отечественных исследованиях основное определение государственной информационной политики сводится к созданию государством необходимых условий для устойчивого социально-политического развития в условиях информационного общества¹⁴¹. Российский ученый О. А. Судоргин¹⁴² определяет информационную политику как комплекс государственных мер, выполняемых наряду с иными политическими институтами, социальными субъектами, гражданским обществом для достижения должного уровня развития и регулирования общества и информационной сферы государства при помощи информационных механизмов. Профессор В. Д. Попов¹⁴³ считает, что государственная информационная политика должна удовлетворять и

¹³⁹ Мартин У. Дж. Информационное общество. М.: ИНИОН, 1989.

¹⁴⁰ Нисневич Ю. А. Информационная политика России: проблемы и перспективы. М.: Ноосфера, 1999. 176 с.

¹⁴¹ Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. М.: Издательство «Горячая линия-Телеком», 2003. 340 с.

¹⁴² Судоргин О. А. Информационная политика в информационном обществе: тавтология или смысловой детерминант? // Власть. 2008. № 9. С. 20–25.

¹⁴³ Попов В. Д. Информациология и информационная политика. М.: Изд-во РАГС, 2001.

защищать интересы государства в той же степени, в которой государство реализует и защищает интересы гражданского общества.

Изучая правовое регулирование информационных отношений, О. Л. Солдаткина¹⁴⁴ уточняет, что необходимо разграничивать такие понятия как «государственная политика в информационной сфере» и «информационно-правовая политика». Так, государственная деятельность, направленная на построение информационного общества, относится именно к информационно-правовой политике.

В условиях цифровизации, формирования и развития нового цифрового пространства государственная информационная политика становится ориентированной не только на развитие информационно-коммуникационного и цифрового потенциала государства, но и на решение важных глобальных задач.

Прежде всего, развитие ИКТ сопровождается возникновением новых угроз национальной безопасности. В августе 2000 г. Всемирная федерация ученых поставила угрозу международной информационной безопасности на первое место в списке угроз человечеству в XXI веке¹⁴⁵. В современных условиях стремительно ускоряющихся информационных потоков возникают новые виды угроз и уязвимости информационной безопасности, которые требуют оперативного и эффективного противодействия со стороны государства как в целях защиты населения, так и в целях пресечения информационной преступности. Таким образом, сегодня все больше возрастает значимость государственного контроля за информационными процессами, а своевременное предотвращение новых видов угроз становится важнейшей задачей государства в сфере информационной политики.

¹⁴⁴ Солдаткина О. Л. Информационно-правовая политика: дефиниция, сущность, субъекты // Вестник Саратовской государственной юридической академии. 2013. № 1(90). С. 216.

¹⁴⁵ Информационные вызовы национальной и международной безопасности / И. Ю. Алексеева и др. Под общ. ред. А. В. Федорова, В. Н. Цигичко. – М.: ПИР-Центр, 2001. – 328 с.

Другой глобальной проблемой мирового сообщества остается информационный разрыв, под которым понимается неравный доступ к ИКТ, что в свою очередь делит общество на новые социальные группы: «информационно богатые» и «информационно бедные»¹⁴⁶. Активный процесс цифровизации несколько трансформирует данное явление, внося новые проблемы, требующие внимания государства. Одним из наиболее актуальных направлений исследований как в отечественной, так и в зарубежной науке стало цифровое неравенство или цифровой разрыв (от англ. *digital divide*), под которым понимается неравный доступ к цифровым технологиям и цифровым услугам¹⁴⁷.

Вместе с впечатляющими результатами цифровой трансформации всех сфер общественной жизни, произошедшими в последнее десятилетие, возникают новые задачи по обеспечению равенства и социальной справедливости¹⁴⁸, созданию комфортной и безопасной инфраструктуры использования цифрового пространства всеми категориями населения. В связи с неравным доступом пользователей к цифровым технологиям, а также недостаточным владением новейшими знаниями, навыками и компетенциями, необходимыми в цифровой среде, происходит замедление формирования цифрового капитала – прочной основы взаимодействия современного человека с цифровым миром¹⁴⁹.

Вопросы цифрового неравенства и цифрового раскола в России стали актуальным направлением медиаисследований, вызывая пристальное внимание отечественных ученых¹⁵⁰. В рамках исследования научного

¹⁴⁶ Засурский Я. Н. Информационное общество в России: парадоксы Интернета // Информационное общество. 2003. Вып. 5.

¹⁴⁷ van Dijk, J. (2013). A theory of the digital divide. In M. Ragnedda, & G. W. Muschert (eds.), *The digital divide: the internet and social inequality in international perspective*. Routledge. pp. 29–51.

¹⁴⁸ Trappel, J. (ed.) (2019). *Digital Media Inequalities: Policies Against Divides, Distrust and Discrimination*. Gotenborg: Nordicom.

¹⁴⁹ Варганова Е. Л. Цифровой капитал как гибридный капитал: к вопросу о новых концепциях медиаисследований // МедиаАльманах. 2021. № 4. С. 8–19.

¹⁵⁰ Варганова Е. Л. Концептуализация цифрового неравенства: основные этапы // МедиаАльманах. 2018. № 5. С. 8–12; Варганова Е. Л., Гладкова А. А. Цифровое

коллектива ученых факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова «Цифровое неравенство как актуальная проблема современного коммуникационного пространства России» была предложена модель цифрового паспорта региона – эффективного инструмента, направленного на анализ существующих в конкретном регионе Российской Федерации практик по преодолению цифрового неравенства, их законодательной основы, а также на определение проблемного поля и задач цифрового развития территорий¹⁵¹. Предлагаемая модель цифрового паспорта включает в себя ряд важных показателей, необходимых для комплексной и объективной оценки цифрового состояния региона, и осуществляется по следующим критериям: национально-демографические данные региона, нормативно-правовая база региона, цифровая насыщенность региона, цифровая грамотность региона.

Выводы к главе 1.

В первой главе данной работы были изучены основные теоретические подходы к медиаполитике, используемые в российских и зарубежных научных исследованиях. Анализ теоретических трудов продемонстрировал использование разнообразных концепций для описания политических, законодательных, профессионально-этических и культурных мер по управлению и контролю за деятельностью медиа, а также позволил выявить проблему неоднородности терминологического аппарата, используемого в академическом сообществе.

неравенство, цифровой капитал, цифровая включенность: динамика теоретических подходов и политических решений // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 1; Гладкова А. А., Гарифуллин В. З., Рагнедда М. Модель трех уровней цифрового неравенства: современные возможности и ограничения (на примере исследования Республики Татарстан) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 4; Делицын Л. Л. Проблема цифрового неравенства и потенциал развития Интернета в России // Информационные процессы. 2006. № 2. С. 124–130; Быков И. А., Халл Т. Э. Цифровое неравенство и политические предпочтения интернет-пользователей в России // Полис. Политические исследования. 2011. № 5. С. 151–163.

¹⁵¹ Vartanova, E., Gladkova, A., Vikhrova, O., Lapin, D., Samorodova E. (2021). Theorizing Russian Model of the Digital Divide. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2021, 1, 5–40.

В связи с этим для теоретического изучения медиаполитики как в глобальном контексте, так и применительно к российской практике на данном этапе исследования представляется необходимым уточнить и разграничить определения основных понятий.

В рамках данного исследования под **государственным медиарегулированием** понимается процесс осуществления государственного контроля и надзора за деятельностью как традиционных СМИ, так и цифровых медиа при помощи комплекса специальных юридических средств, механизмов и приемов, используемых в соответствии с национальным законодательством.

В связи с необходимостью предотвращения рисков чрезмерного государственного медиарегулирования, а также обеспечения подотчетности деятельности медиа профессиональному журналистскому сообществу, представляется важным самостоятельная инициативная деятельность профессионального медиасообщества, направленная на установление и обновление стандартов профессиональной этики журналиста, а также обеспечение контроля за их соблюдением, что в рамках данного исследования понимается как **саморегулирование в сфере медиа**.

Для описания консолидированных усилий органов государственной власти, профессиональных журналистских сообществ, медиаиндустрией, IT-индустрией и аудиторией по совершенствованию системы контроля за деятельностью медиа представляется уместным использовать понятие **сорегулирование в сфере медиа**, уже используемое в актуальных зарубежных медиаисследованиях, однако не так часто встречающееся в российском академическом дискурсе.

В связи со стремительным развитием информационно-коммуникационных технологий во второй половине XX века в академическом сообществе возникло понятие **государственной информационной политики**, определение которого на протяжении десятилетий наполнялось новыми значениями в связи со стремительным

технологическим развитием и переосмыслением государствами развитых стран необходимости развития информационного, а затем цифрового общества и регулирования информационного пространства. Изучив актуальные теоретические подходы к государственной информационной политике, на данном этапе представляется вполне обоснованным определять данное понятие как совокупность политических решений, определяющих цели и задачи информационной деятельности государства и формирования цифрового общества.

В связи с интенсификацией процесса медиатизации и усилением роли медиа в общественно-политическом пространстве увеличивается количество субъектов влияния на деятельность медиапредприятий, в связи с чем требуются новые теоретические подходы для осмысления актуальных процессов. Для описания всего комплекса общественно-политических, законодательных, экономических и культурных мер регулирования, управления и контроля за деятельностью медиа, направленного на устойчивое развитие медиасистемы, в рамках данного исследования используется термин **медиаполитика**.

ГЛАВА 2. Тенденции государственной медиаполитики в 2010–2021

гг.

На протяжении последних десятилетий отечественная медиасистема формировалась в условиях отсутствия единых регулятивных функций в отношении массовых коммуникаций. Государственное медиарегулирование в России вышло на новый этап развития в 2010-е годы, характеризуемые активным процессом цифровизации и возникновением новых видов и форматов медиа. Развитие государственной медиаполитики в период с 2010 по 2021 гг. связано с комплексом внешних факторов по отношению к медиаиндустрии – политических, экономических, технологических и социокультурных. В данное десятилетие произошли значительные изменения как во взаимодействии органов государственной власти и медиа, так и в отраслевом законодательстве.

В главе «Тенденции государственной медиаполитики в 2010–2021 гг.» анализируются особенности развития нормативно-правовой базы в сфере медиа в России в период с 2010 по 2021 гг., определяются актуальные тенденции государственного медиарегулирования и обозначаются ключевые направления развития государственной медиаполитики.

2.1. Реализация государственной информационной политики

Анализ теоретических исследований на тему медиаполитики, представленный в главе 1, продемонстрировал неоднородность терминологического аппарата, используемого для описания государственных мер по контролю за деятельностью медиа, распространением информации и развитию цифровых технологий.

Для определения понимания термина «информационная политика» на государственном уровне, а также для выявления приоритетных направлений ее реализации в рамках данного этапа работы был применен метод формализованного анализа документальных источников.

Эмпирическими объектами данного этапа исследования стали 17 нормативно-правовых актов – государственные стратегии, государственные программы, дорожные карты, концепции и другие документы, которые в большей степени отражают современное состояние и направления развития государственной информационной политики. Были использованы последние на момент проведения исследования (осень 2021 года) редакции официальных документов Российской Федерации в сфере информатизации и информационного общества. Основной задачей данного этапа исследования стало определение приоритетных направлений государственной информационной политики на современном этапе.

Для проведения исследования была разработана следующая схема анализа, основанная на таких параметрах, как:

- 1) дата подписания;
- 2) дата вступления в силу;
- 3) цели и задачи нормативно-правового акта;
- 4) основные направления развития указанной отрасли;
- 5) сроки реализации мероприятий стратегии, концепции или дорожной программы;
- 6) ожидаемые результаты.

При изучении цели и задач нормативно-правового акта были использованы подкатегории: 1) развитие человеческого капитала; 2) развитие научных исследований в сфере информационных технологий; 3) стимулирование глобализации отрасли; 4) повышение цифровой грамотности населения России; 5) развитие кадрового потенциала и образования отрасли информационных технологий; 6) международное сотрудничество.

В ходе исследования отдельное внимание было обращено на определение понятия «государственная информационная политика», закрепленное в нормативно-правовой базе.

Проведенный анализ позволил классифицировать направления государственной информационной политики по следующим категориям: по

масштабу (внутренняя и внешняя политика) и по сфере развития (экономическое, технологическое, социальное, научно-техническое развитие, а также обеспечение информационной безопасности) (таблица 1).

Таблица 1. Приоритетные направления реализации государственной информационной политики в России (2021 год).

<i>По сфере развития / по масштабу</i>	Внутренняя государственная информационная политика	Внешняя государственная информационная политика
Экономическое развитие	<ul style="list-style-type: none"> ● Создание и развитие новой технологической основы для развития экономики и социальной сферы¹⁵²; ● Развитие кадрового потенциала и образования отрасли информационных технологий¹⁵³ 	<ul style="list-style-type: none"> ● Обеспечение конкурентоспособности и российских ИКТ на международном уровне¹⁵⁴; ● Международное сотрудничество и интеграция¹⁵⁵.

¹⁵² **Закреплено в следующих документах:** Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы". Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 15.03.2021), Распоряжение Правительства РФ от 13 февраля 2019 г. N 207-р "Об утверждении Стратегии пространственного развития РФ на период до 2025 г." Режим доступа: <https://base.garant.ru/72174066/> (дата обращения: 15.03.2021), Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021), Паспорт национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации". Режим доступа: <http://government.ru/info/35568/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁵³ **Закреплено в следующих документах:** Распоряжение Правительства РФ от 1 ноября 2013 г. N 2036-р "Об утверждении Стратегии развития отрасли информационных технологий в РФ на 2014-2020 гг. и на перспективу до 2025 г." Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021); Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642 "О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации". Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/41449> (дата обращения: 15.03.2021); Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁵⁴ **Закреплено в следующих документах:** Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы". Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 15.03.2021); Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021); Распоряжение Правительства РФ от 30 декабря 2013 г. N 2602-р "Об утверждении плана мероприятий

Технологическое развитие	<ul style="list-style-type: none"> ● Развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры¹⁵⁶; ● Преодоление информационного и цифрового неравенства¹⁵⁷. 	
Развитие социальной сферы	<ul style="list-style-type: none"> ● Формирование информационного пространства знаний¹⁵⁸; 	<i>Не отражено</i>

("дорожной карты") "Развитие отрасли информационных технологий". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70555876/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁵⁵ **Закреплено в следующих документах:** Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642 "О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации". Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/41449> (дата обращения: 15.03.2021); Распоряжение Правительства РФ от 30 декабря 2013 г. N 2602-р "Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") "Развитие отрасли информационных технологий". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70555876/> (дата обращения: 15.03.2021); Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁵⁶ **Закреплено в следующих документах:** Распоряжение Правительства РФ от 1 ноября 2013 г. N 2036-р "Об утверждении Стратегии развития отрасли информационных технологий в РФ на 2014-2020 гг. и на перспективу до 2025 г." Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021); Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642 "О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации". Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/41449> (дата обращения: 15.03.2021); Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁵⁷ **Закреплено в следующих документах:** Распоряжение Правительства РФ от 1 ноября 2013 г. N 2036-р "Об утверждении Стратегии развития отрасли информационных технологий в РФ на 2014-2020 гг. и на перспективу до 2025 г." Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021); Распоряжение Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. N 2227-р "О Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 г." Режим доступа: <https://base.garant.ru/70106124/> (дата обращения: 15.03.2021); Распоряжение Правительства РФ от 29 декабря 2014 г. N 2769-р "О Концепции региональной информатизации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70836876/> (дата обращения: 15.03.2021); Распоряжение Правительства РФ от 13 февраля 2019 г. N 207-р "Об утверждении Стратегии пространственного развития РФ на период до 2025 г." Режим доступа: <https://base.garant.ru/72174066/> (дата обращения: 15.03.2021); Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁵⁸ **Закреплено в следующих документах:** Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы". Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 15.03.2021).

	<ul style="list-style-type: none"> ● Предоставление государственных и муниципальных услуг в электронном виде¹⁵⁹; ● Повышение информационной и цифровой грамотности населения¹⁶⁰; ● Совершенствование взаимодействия государства с отраслевыми организациями и общества в целом¹⁶¹. 	
--	--	--

¹⁵⁹ **Закреплено в следующих документах:** Распоряжение Правительства РФ от 25 декабря 2013 г. N 2516-р "О Концепции развития механизмов предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70555694/> (дата обращения: 15.03.2021); Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 "О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года". Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007210012> (дата обращения: 15.03.2021); Распоряжение Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. N 2227-р "О Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 г." Режим доступа: <https://base.garant.ru/70106124/> (дата обращения: 15.03.2021); Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.08.2019 № 1911-р (Концепция создания государственной единой облачной платформы). Режим доступа: <http://government.ru/docs/37804/> (дата обращения: 15.03.2021); Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021); Паспорт национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации". Режим доступа: <http://government.ru/info/35568/> (дата обращения: 15.03.2021); Постановление Правительства РФ от 9 июня 2010 г. N 403 "О внесении изменений в федеральную целевую программу "Электронная Россия (2002–2010 годы)". Режим доступа: <https://base.garant.ru/198481/> (дата обращения: 15.03.2021); Распоряжение Правительства РФ от 27 сентября 2004 г. N 1244-р "Об утверждении Концепции использования информационных технологий в деятельности федеральных органов государственной власти до 2010 года и плана мероприятий по её реализации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/187388/> (дата обращения: 22.04.2021).

¹⁶⁰ **Закреплено в следующих документах:** Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы". Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 15.03.2021); Распоряжение Правительства РФ от 30 декабря 2013 г. N 2602-р "Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") "Развитие отрасли информационных технологий". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70555876/> (дата обращения: 15.03.2021); Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁶¹ **Закреплено в следующих документах:** Распоряжение Правительства РФ от 1 ноября 2013 г. N 2036-р "Об утверждении Стратегии развития отрасли информационных технологий в РФ на 2014–2020 гг. и на перспективу до 2025 г." Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021); Федеральный закон "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и

Научно-техническое развитие	<ul style="list-style-type: none"> Исследовательская деятельность в области информационных технологий¹⁶². 	<i>Не отражено</i>
Обеспечение национальной безопасности	<ul style="list-style-type: none"> Развитие безопасного информационного пространства, защита российского населения от информационных угроз¹⁶³. 	

Анализ нормативно-правовых актов продемонстрировал, что в российской практике становление информационного общества с учетом развития цифровых технологий признается основой социально-политического, экономического и культурного развития современных государств, в связи с чем актуализируется задача формирования и реализации информационной политики в России.

Необходимо признать, что первые усилия российского государства по разработке концептуальных установок в информационной сфере наблюдались еще в 1990-е гг. В 1993 году была утверждена Концепция

органов местного самоуправления" от 09.02.2009 N 8-ФЗ. Режим доступа: <https://base.garant.ru/194874/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁶² **Закреплено в следующих документах:** Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы". Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 15.03.2021); Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642 "О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации". Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/41449> (дата обращения: 15.03.2021); Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁶³ **Закреплено в следующих документах:** Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. N 646 "Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/71556224/> (дата обращения: 15.03.2021); Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г. № 400 "О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации". Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046> (дата обращения: 07.07.2021); Распоряжение Правительства РФ от 1 ноября 2013 г. N 2036-р "Об утверждении Стратегии развития отрасли информационных технологий в РФ на 2014–2020 гг. и на перспективу до 2025 г.". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021); Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021); Паспорт национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации". Режим доступа: <http://government.ru/info/35568/> (дата обращения: 15.03.2021).

правовой информатизации в России¹⁶⁴, которая обозначила государственные задачи по информатизации отрасли права. В 1997 году была принята Концепция национальной безопасности¹⁶⁵, в которой особое внимание уделялось вопросам обеспечения национальной безопасности России в информационном пространстве. Позднее, в 2000 году, в обновленной Концепции важнейшими задачами были провозглашены системное развитие информационной инфраструктуры и интеграция Российской Федерации в мировое информационное пространство.

Кроме того, в 2000 году была утверждена Доктрина информационной безопасности¹⁶⁶, в которой вновь были подняты вопросы защиты национальных интересов в информационном пространстве. Однако вследствие возникновения новых информационных угроз актуализировались вопросы поиска эффективных механизмов противодействия: в 2016 году была утверждена новая Доктрина информационной безопасности¹⁶⁷, в которой была представлена стратегия развития механизмов обеспечения информационной безопасности в целях гарантии защиты государства, общества и личности.

22 июля 2000 года главы государств и правительств Большой Восьмерки приняли Окинавскую хартию Глобального информационного общества¹⁶⁸, согласно которой Российская Федерация становится

¹⁶⁴ Указ Президента РФ от 28 июня 1993 г. N 966 "О Концепции правовой информатизации России". Режим доступа: <https://base.garant.ru/179311/> (дата обращения: 15.03.2021); Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г. № 400 "О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации". Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046> (дата обращения: 07.07.2021).

¹⁶⁵ Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г. № 400 "О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации". Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046> (дата обращения: 07.07.2021).

¹⁶⁶ Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. N 646 "Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/71556224/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁶⁷ Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. N 646 "Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/71556224/> (дата обращения: 15.03.2021).

¹⁶⁸ Окинавская хартия Глобального информационного общества. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/supplement/3170> (дата обращения: 31.01.2021).

полноправным членом мирового информационного сообщества и принимает участие в достижении основной цели реализации экономических, социальных и культурных преимуществ информационного общества. Окинавская хартия, наряду с другими международными документами – Декларацией принципов «Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии» (2003 г.), Тунисской программой для информационного общества (2005 г.), определяет международные принципы создания информационного общества. При этом позиция страны в мировом информационном сообществе заключатся в поиске и внедрении инноваций, разработке эффективных национальных и международных стратегий, способностью обеспечить защиту собственных интересов, включая область информационной безопасности.

Важным документом, определяющим спектр национальных интересов Российской Федерации в информационном пространстве, стала Концепция государственной информационной политики¹⁶⁹, направленная на координацию государственных и общественных интересов. Развитие государственной информационной политики неотъемлемо связано с формированием информационного общества, которое лежит в основе общественно-политического, экономического, культурного и технологического развития государства. В 2008 году развитие информационного общества было признано важнейшей государственной задачей, что находит отражение в Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации. Стратегия положила начало интенсивному использованию информационно-коммуникационных технологий органами государственной власти, коммерческими организациями и гражданами. Осознание необходимости утверждения новых механизмов для формирования в России общества знаний (на государственном уровне в значительной степени отождествляется с

¹⁶⁹ Концепция государственной информационной политики. Режим доступа: http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb2000/6/f06_01.html (дата обращения: 16.11.2020).

термином «информационное общество»¹⁷⁰) обусловило принятие новой Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы.

Проведенный анализ официальных документов продемонстрировал, что в российской практике функционирование информационного общества рассматривается с учетом быстрых темпов цифрового развития. В настоящее время осознается значение информационно-коммуникационных технологий в контексте развития всех сфер общественной жизни. В целях внутреннего экономического развития государства представляется важным повышение качества жизни граждан путем применения новейших информационно-коммуникационных технологий. Совершенствование технологий и преодоление кадрового дефицита способствует повышению производительности труда, стимулированию экономического роста, а также развитию социально значимых сфер – образования и здравоохранения. Кроме того, инвестирование в производство национальных инновационных технологий благоприятно влияет на повышение конкурентоспособности российской экономики.

В целях совершенствования взаимодействия государства с отраслевыми организациями и общества становятся важными вопросы информационной открытости государства, установлении взаимосвязи с социальными институтами, что способствует достижению глубинного осознания запросов разных социальных групп. В условиях информационного общества органам государственной власти представляется необходимым публиковать актуальные сведения о своей деятельности на официальных интернет-сайтах, которые, в свою очередь, должны отличаться интерактивностью и удобством навигации.

¹⁷⁰ Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы". Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 15.03.2021).

Другой актуальной задачей, стоящей сегодня перед российским правительством, становится обеспечение доступа к информации всех слоев населения. Стратегические документы Российской Федерации нацелены на активное развитие информационной и коммуникационной инфраструктуры, обеспечение единства электронных сетей. Необходимо отметить, что в отечественной практике важным направлением информатизации общества становится повсеместное внедрение систем электронного документооборота. В 2004 году была принята Концепция использования информационных технологий в деятельности органов государственной власти до 2010 года, целью которой стало создание информационно-технологической системы предоставления государственных услуг – «электронного правительства»¹⁷¹. В целях повышения качества взаимоотношений государства и общества 29 января 2002 г. Правительство Российской Федерации утвердило федеральную целевую программу «Электронная Россия (2002–2010 годы)» и выделило 26 964,213 млн рублей на ее реализацию¹⁷². В процессе реализации Программы были заложены институциональные основы для внедрения ИКТ в деятельность органов государственной власти, а также разработан пакет законопроектов, направленный на стимулирование использования новых информационных технологий.

По результатам программы была создана инфраструктура электронного правительства, подразумевающая обеспечение доступа всех категорий граждан к государственным услугам как через все возможные на тот момент цифровые каналы коммуникации – Интернет, телефонное обслуживание, электронные терминалы самообслуживания. Кроме того, в 2011 году была утверждена Программа информатизации Федерального архивного агентства

¹⁷¹ Распоряжение Правительства РФ от 27 сентября 2004 г. N 1244-р "Об утверждении Концепции использования информационных технологий в деятельности федеральных органов государственной власти до 2010 года и плана мероприятий по её реализации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/187388/> (дата обращения: 22.04.2021).

¹⁷² Постановление Правительства РФ от 9 июня 2010 г. N 403 "О внесении изменений в федеральную целевую программу "Электронная Россия (2002–2010 годы)". Режим доступа: <https://base.garant.ru/198481/> (дата обращения: 15.03.2021).

и подведомственных ему учреждений на 2011–2020 гг., в результате реализации которой государственные услуги архивных учреждений также становятся доступными в электронном формате.

Развитие информационно-коммуникационных технологий на всей территории России способствует решению как национальных, так и общемировых проблем, связанных с информационной и кибербезопасностью, цифровым неравенством, а также повышением уровня новых видов грамотности у населения – компьютерной, информационной, цифровой и медийной. В связи со сложной природой информации наиболее эффективным способом достижения указанных задач государственной информационной политики становится применение комплексного подхода, подразумевающего консолидацию усилий представителей органов государственной власти, ИТ-индустрии, юриспруденции, академического сообщества.

При этом медиа признаются одним из важнейших инструментов реализации государственной информационной политики¹⁷³. Средства массовой информации, функционирующие сегодня как в традиционном, так и цифровом форматах, в наиболее полной мере способны обеспечить конституционные права граждан на получение и распространение информации, открытость органов государственной власти, информационную поддержку государственным инициативам, а также повысить уровень зрелости общественного сознания¹⁷⁴. В последнее десятилетие вопросы государственного вмешательства в процесс функционирования медиа и определения пределов использования властью СМИ как основного ресурса для освещения своей деятельности в информационном пространстве¹⁷⁵

¹⁷³ Прохоров Е. П. Государственные СМИ как главный инструмент обеспечения информационной демократии // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2011. № 1. С. 11–20.

¹⁷⁴ Коновченко С. В., Киселев А. Г. Информационная политика в России. М.: Изд-во РАГС, 2004.

¹⁷⁵ Судоргин О. А. Информационная политика в информационном обществе: тавтология или смысловой детерминант? // Власть. 2008. № 9. С. 20–25; Зеркаль Д. А.

вызывают повышенное внимание как со стороны научного сообщества, так и со стороны профильных государственных, профессиональных и общественных институтов.

2.2. Актуальные тенденции государственной медиаполитики

По данным Роскомнадзора на февраль 2022 года в России зарегистрировано свыше 150 тысяч средств массовой информации¹⁷⁶, что рассматривается отечественными учеными как индикатор проявления свободы массовой информации¹⁷⁷. При этом российский медиарынок до сих пор оценивается исследователями и практиками как зависимый от государства: несмотря на развитие процессов коммерциализации, их реализация по-прежнему осуществляется через государственное участие. Как отмечает Е. Л. Вартанова¹⁷⁸, даже после установления рыночных отношений в отечественном медиабизнесе, «патерналистская традиция в отношениях государства и СМИ сохранила свое влияние на медиасистему», что находит отражение в возрастающем государственном контроле за содержанием медиа и усилении законодательного регулирования.

В прикладном аспекте медиаполитика в России начала формироваться в 1990-е гг. в условиях распада СССР, сопровождавшегося общим экономическим и внешнеполитическим кризисом. С того времени государственное медиарегулирование в России осуществляется как на основе норм национального законодательства (за указанный период были приняты

Средства массовой информации как инструмент государственной информационной политики: модели взаимодействия власти и СМИ // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук, 2016. Т. 16. Вып. 2. С. 94–104.

¹⁷⁶ Перечень наименований зарегистрированных СМИ (по состоянию на 01.02.2022). Роскомнадзор. Режим доступа: <https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/> (дата обращения: 01.02.2022).

¹⁷⁷ Панкеев И. А., Тимофеев А. А. Тенденции государственного регулирования российских СМИ: правовой аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 2. С. 231–246.

¹⁷⁸ Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 224 с.

важные нормативно-правовые акты, установившие базовые принципы деятельности отечественных медиа), так и норм международного права, которые с 1993 года – момента принятия Конституции Российской Федерации, являются частью отечественной правовой системы. К ним относятся Конвенция о защите прав человека и основных свобод (1950 г.)¹⁷⁹, Международный пакт о гражданских и политических правах (1966 г.)¹⁸⁰, Конвенция СНГ о правах и основных свободах человека (1995 г.)¹⁸¹ и другие документы.

В 2010-е годы под воздействием процесса цифровизации произошла существенная трансформация системы государственного медиарегулирования. Основу отраслевого законодательства по-прежнему составляет *Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации»* (далее – Закон «О СМИ»), принятый 27 декабря 1991 г. и идеологически продолжающий традиции, заложенные в Конституции Российской Федерации.

Информационно-коммуникационные технологии вносят изменения в деятельность средств массовой информации, а также повышают уровень участия потребителей информации в производстве информационных материалов, тем самым расширяя возможности журналистики. На протяжении 30 лет к Закону «О СМИ» принимался ряд поправок, связанных с развитием отечественной медиасистемы и возникновением новых общественных вызовов, требующих реакции государства. При этом российские медиаисследователи дают довольно высокую оценку закону. По

¹⁷⁹ Конвенция о защите прав человека и основных свобод. (заключена в г. Риме 04.11.1950) (с изм. от 24.06.2013). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29160/ (дата обращения: 15.05.2021).

¹⁸⁰ Международный пакт о гражданских и политических правах (принят 16.12.1966 Резолюцией 2200 (XXI) на 1496-ом пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5531/ (дата обращения: 15.05.2021).

¹⁸¹ Конвенция Содружества Независимых Государств о правах и основных свободах человека (заключена в Минске 26.05.1995) (вместе с "Положением о Комиссии по правам человека Содружества Независимых Государств", утв. 24.09.1993). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6966/ (дата обращения: 15.05.2021).

мнению М. А. Федотова¹⁸², функционирование Закона «О СМИ» на протяжении 30 лет свидетельствует «не только о качестве нормативно-правового материала, но и о структурообразующей роли этого закона в системе правового обеспечения свободы массовой информации как одного из важнейших конституционных институтов демократического правового государства». Российские ученые¹⁸³ подчеркивают, что Закон «О СМИ» стал самым демократическим законом в сфере массовой информации.

Особую ветвь развития российское законодательство в сфере медиа получило в период с 2010 по 2021 гг., характеризуемый стремительным развитием цифровых технологий и расширением медийного поля, в связи с чем возникла необходимость системного обновления положений как Закона «О СМИ», так и других нормативно-правовых актов Российской Федерации.

Для выявления актуальных тенденций государственного медиарегулирования в ходе исследования была проанализирована нормативно-правовая база в сфере медиа в России при помощи проведения контент-анализа последних редакций нормативно-правовых актов в сфере медиа.

Выбор основного метода исследования связан с тем, что нормативно-правовой акт – это «письменный официальный документ, принятый (изданный) в определенной форме правотворческим органом в пределах его компетенции и направленный на установление, изменение или отмену правовых норм»¹⁸⁴. Качество изложенной информации определяется строгим регламентом принятия официальных документов, а также проведением юридической экспертизы, что позволяет раскрыть основные положения государственной политики в конкретной сфере. Следовательно, можно

¹⁸² Федотов М. А. Закон РФ «О средствах массовой информации»: новации, тенденции, перспективы // Государство и право. 2021. № 12 С. 7–23.

¹⁸³ Суходолов А. П., Рачков М. П., Бычкова А. М. Запретительная политика государства в сфере средств массовой информации: анализ законодательства и правоприменительной практики. М.: Издательский дом «Аргументы недели», 2018. 224 с.

¹⁸⁴ Нормативные правовые акты в Российской Федерации / Министерство юстиции. Режим доступа: http://pravo.minjust.ru/about_project/faq (дата обращения: 07.09.2021).

предположить, что выбранные нормативно-правовые акты достаточно полно отражают современное состояние государственной медиаполитики.

Эмпирическими объектами данного этапа исследования стали 74 нормативно-правовых акта – Конституция Российской Федерации, законы, федеральные законы, указы Президента Российской Федерации, постановления Правительства Российской Федерации и другие документы. Были использованы последние на момент проведения исследования редакции официальных документов Российской Федерации, опубликованные в «Парламентской газете», «Российской газете», на официальном интернет-портале правовой информации¹⁸⁵ и в справочно-правовой системе «Гарант»¹⁸⁶.

Основной задачей данного этапа исследования стало определение основных тенденций государственной медиаполитики, возникших в период с 2010 по 2021 гг.

Для проведения исследования был разработан кодификатор, в который вошли следующие категории анализа:

- 1) дата принятия/подписания нормативно-правового акта;
- 2) дата вступления в силу;
- 3) упоминания терминов «средства массовой информации», «массовые коммуникации», «Интернет», «информационный ресурс», «сетевое издание», «социальные сети», «информационное общество», «цифровизация», «цифровая трансформация» и др.;
- 4) основные положения закона;
- 5) ответственность за нарушение.

Проведенный анализ позволил определить ключевые тенденции государственного медиарегулирования в России, которые можно

¹⁸⁵ Официальный интернет-портал правовой информации. Режим доступа: www.pravo.gov.ru (дата обращения: 07.09.2021).

¹⁸⁶ Система ГАРАНТ. Режим доступа: <https://base.garant.ru> (дата обращения: 07.09.2021).

классифицировать по трем укрупненным блокам: экономическому, технологическому и содержательному (таблица 2).

Таблица 2. Тенденции государственного медиарегулирования в России: 2010–2021 гг.

Тенденции государственного медиарегулирования в России: 2010–2021 гг.			
	Экономическое	Содержание сообщений в медиа	Технологическое
Основные тенденции	Развитие системы регистрации цифровых медиа	Развитие системы защиты детей от вредоносной информации	Переход на цифровое эфирное телевизионное вещание
	Изменения в системе субсидирования и государственной поддержки медиа	Формирование и развитие законодательного регулирования фейковых новостей	Развитие регулирования социальных сетей
	Развитие антимонопольного регулирования медиарынка	Рассогласованность терминологического аппарата законодательства, медиаиндустрии и академических исследований в сфере медиа	Минимизация передачи данных российских пользователей в другие страны
	Рост ограничений на иностранные инвестиции в российские СМИ		
		Усиление государственного контроля за деятельностью интернет-ресурсов	

При этом необходимо отметить, что в связи с пересекающимися аспектами экономического, технологического и содержательного государственного медиарегулирования, связанными с возрастающими объемами распространяемой в Интернете информации, некоторые тенденции можно отнести сразу к нескольким категориям.

2.3. Экономическое направление государственного медиарегулирования

В экономическом отношении основная роль государства заключается в создании благоприятных условий для функционирования медиакомпаний, обеспечении роста конкурентоспособности участников медиарынка. Ключевой характеристикой экономической медиаполитики становится ее двойственный характер, что заключается как в позитивном, так и негативном направлениях реализации¹⁸⁷. Позитивные факторы связаны с укреплением плюрализма, формированием системы «свободного рынка». Негативные факторы объясняются ограничительными экономическими мерами, которые могут проявляться в чрезмерном государственном контроле, а также принятии нормативно-правовых актов, ограничивающих капитал медиакомпаний.

На основании данных, полученных в ходе анализа государственной медиаполитики, представленного в параграфе 2.2, можно определить основные тенденции экономического направления государственного медиарегулирования: развитие системы регистрации цифровых медиа, изменения в системе субсидирования и государственной поддержки медиа, развитие антимонопольного регулирования медиарынка, рост ограничений на иностранные инвестиции в российские СМИ.

Развитие системы регистрации цифровых медиа. Важнейшей государственной регулятивной мерой отечественного медиарынка остается система лицензирования и сертификации, которая реализуется в заявительно-разрешительном порядке, что позволяет государству контролировать размеры медиарынка¹⁸⁸. Традиционно порядок получения разрешения в России определяется видом СМИ: в соответствии с рядом нормативно-

¹⁸⁷ Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003. 336 с.

¹⁸⁸ Ершов Ю. М. Медиарынок и бизнес: учебно-методический комплекс. Томск: ТГУ, 2011. Режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/record/01006628071> (дата обращения: 14.10.2021).

правовых актов¹⁸⁹, для осуществления деятельности телевизионными и радиоканалами необходима лицензия на вещание, печатными СМИ – решение о включении в реестр зарегистрированных СМИ. Лицензирование и регистрация деятельности, включая контроль за соблюдением требований, осуществляется уполномоченным федеральным органом – Роскомнадзором¹⁹⁰.

В связи с широким распространением Интернета особую важность приобрели вопросы регистрации цифровых медиа. В 2011 году для средств массовой информации, функционирующих в онлайн-формате, было введено новое правовое понятие – «сетевое издание»¹⁹¹, а порядок их регистрации стал идентичен порядку регистрации печатных периодических изданий.

При рассмотрении данного вопроса необходимо выделить две важные особенности. Во-первых, возможность государственной регистрации как средства массовой информации предусмотрена исключительно для веб-сайтов, а не для отдельных сообществ в социальных сетях и мессенджерах, отвечающих признакам СМИ. Таким образом, они не могут претендовать на получение финансовой поддержки от государства, даже если реализуют

¹⁸⁹ Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/10164247/> (дата обращения: 07.09.2021); Постановление Правительства РФ от 16 октября 2015 г. N 1107 "Об утверждении перечня документов, свидетельствующих о соблюдении учредителями средств массовой информации, редакциями средств массовой информации, организациями (юридическими лицами), осуществляющими вещание, требований статьи 19.1 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/71220532/> (дата обращения: 07.09.2021); Приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 17 мая 2019 г. N 100 "Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций государственной услуги по регистрации средств массовой информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/72286526/> (дата обращения: 07.09.2021).

¹⁹⁰ Постановление Правительства РФ от 16 марта 2009 г. N 228 "О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций" (с изменениями и дополнениями). Режим доступа: <https://base.garant.ru/195117/> (дата обращения: 07.09.2021).

¹⁹¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/10164247/> (дата обращения: 07.09.2021).

социально значимые проекты и охватывают более высокий процент аудитории.

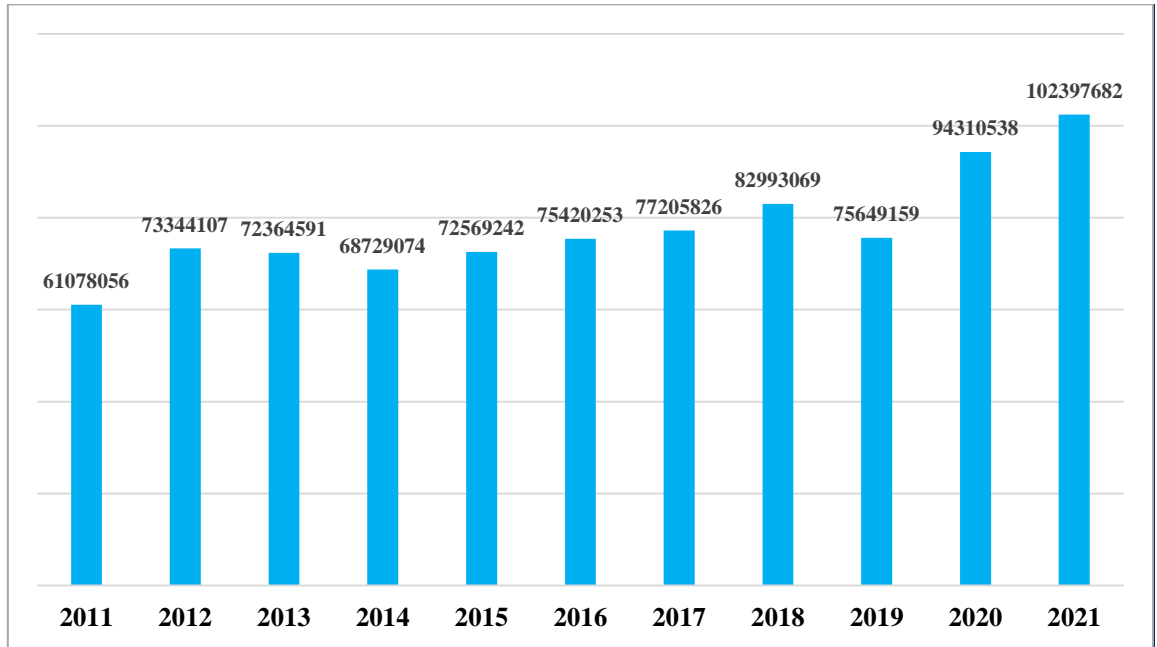
Во-вторых, решение о регистрации сайта как СМИ остается добровольным, а владельцы любых интернет-ресурсов не подлежат обязанности регистрировать свой сайт как СМИ, даже если распространяют массовую информацию. Несмотря на то, что многие сайты обладают схожими характеристиками со средствами массовой информации, в соответствии с действующим законодательством они не могут быть привлечены к ответственности за изготовление или распространение продукции незарегистрированного СМИ. В то же время их регулирование выделяется в особую категорию, и к ним применяется более широкий спектр нормативно-правовых актов.

Изменения в системе субсидирования и государственной поддержки медиа. Другим значимым направлением государственной медиаполитики исследуемого периода стала последовательная трансформация системы государственной поддержки медиа. Мировая практика демонстрирует осуществление господдержки медиа при помощи прямых (в случаях, когда медиа финансируются за счет государственного бюджета) и косвенных (налоговые льготы от правительства, финансирование медиа посредством общественных корпораций, получивших государственную лицензию или заключивших контракт с государством) мер. Оказание государственной поддержки медиа представляется необходимым условием для обеспечения устойчивого функционирования редакции с одной стороны и в целях поощрения конкуренции и предупреждения монополизации – с другой.

До 2010 года в России финансирование средств массовой информации происходило в рамках развития системы социокультурного обеспечения населения, а бюджетные средства по данному направлению распределялись между СМИ и культурными организациями (музеи, театры, библиотеки, кинематограф и т. д.). С 2011 года финансирование средств массовой информации было вынесено в отдельную категорию закона о федеральном

бюджете Российской Федерации и привело к усилению государственной поддержки (Рисунок 1).

Рисунок 1. Динамика государственного финансирования СМИ: 2011–2021 гг.



Источник: Законы о федеральном бюджете РФ, 2011–2021 гг.

На протяжении десятилетий основными субъектами государственного финансового контроля в сфере СМИ остаются телевидение и радиовещание (при этом дополнительно средства выделяются на функционирование отдельных федеральных телевизионных и радиоканалов), а также периодические печатные издания. В связи с предпринимаемыми российским правительством мерами по цифровому развитию значительная часть бюджетных средств была выделена на реализацию государственной программы Российской Федерации «Информационное общество», направленной на создание современной информационной и телекоммуникационной среды на территории России и сокращение цифрового неравенства.

В исследуемый период российское правительство реализовало широкий спектр мер государственной поддержки в сфере медиа: реализация федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2018 годы», поддержка печатных СМИ и сетевых изданий, развитие региональных СМИ, развитие социально значимых медиапроектов. При этом недавние изменения в порядке субсидирования СМИ связаны с реорганизацией деятельности органов государственной власти, а именно созданием в 2018 году Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ (далее – Минцифры России) на базе Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, а также передачей ведомству функций Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (далее – Роспечать) и Федерального агентства связи (далее – Россвязь). С 2021 года Минцифры России оказывает государственную поддержку печатным и электронным СМИ, реализующим социально значимые проекты.

Развитие антимонопольного регулирования медиарынка. Цифровая трансформация в России обозначила новые тенденции отечественного медиарынка. Российские пользователи демонстрируют возрастающий интерес к использованию онлайн-сервисов, внедряемых как государством, так и частными предприятиями¹⁹². Важнейшей характеристикой российского медиарынка 2010-х гг. стало возникновение национальных цифровых экосистем – Яндекс, Сбер, *Mail.ru Group*, которые уже составляют достойную конкуренцию глобальным цифровым гигантам. При этом если мировая практика демонстрирует возникновение цифровых экосистем на базе крупнейших технологических компаний, то в России экосистемы преимущественно связаны с финансовым сектором.

¹⁹² Оценка цифровой готовности населения России: докл. к XXII апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 30 апр. 2021 г. / Н. Е. Дмитриева, А. Б. Жулин, Р. Е. Артамонов, Э. А. Титов М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 2021. 86 с.; 59% россиян освоили новые цифровые сервисы с начала пандемии / Аналитический центр НАФИ. Режим доступа: <https://nafii.ru/analytics/59-rossiyan-osvoili-novye-tsifrovyie-servisy-s-nachala-pandemii/> (дата обращения: 05.11.2021).

Сегодня банковские структуры и производственные предприятия наряду с государством в полной или частичной мере владеют крупными медиапредприятиями в России. Например, медиахолдинг «Газпром-Медиа» принадлежит «Газпромбанку», в 2020 году крупнейший банк России «Сбербанк» консолидировал 100% медиахолдинга *Rambler&Co* (ранее – *Rambler Group*), а в 2021 году банк «ВТБ» вновь стал акционером «Первого канала» (32,89% акций вещателя). Как отмечает С. С. Смирнов¹⁹³, банковский капитал становится важным фактором в процессе концентрации СМИ и сопровождается актуальной тенденцией создания «медийно-финансовых экосистем цифровых сервисов».

Таким образом, экономические факторы взаимодействия медиа и государства в отечественной практике в настоящее время все больше осложняются монопольными характеристиками федерального медиарынка, в связи с чем вопросы ограничения монополизма и предоставления свободы участникам медиарынка сегодня приобретают особую значимость.

Основу антимонопольной политики в России составляет закон «О защите конкуренции»¹⁹⁴, в котором отсутствуют термины «средства массовой информации», «медиа», «цифровые конгломераты», «цифровые экосистемы». При этом применение общих антимонопольных ограничений к медиарынку остается затруднительным в связи с отсутствием отраслевых инструкций и регламентов¹⁹⁵. Кроме того, эксперты отмечают возникновение новых проблем, связанных с цифровым развитием: «применение цифровых технологий пока сложнее доказывать и сложнее давать им оценку»¹⁹⁶. Решения Федеральной антимонопольной службы исходят из того, что

¹⁹³ Смирнов С. С. Банковские структуры на российском рынке СМИ: экономические отношения с медиахолдингами // *МедиаАльманах*, 2021. № 5. С. 46–51.

¹⁹⁴ Федеральный закон от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ "О защите конкуренции". Режим доступа: <https://base.garant.ru/12148517/> (дата обращения: 03.11.2021).

¹⁹⁵ Смирнов С. С. Проблемы антимонопольного регулирования медиарынка в России // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2021. Т. 10, № 2. С. 270–284.

¹⁹⁶ «Опасность видится в применении цифровых технологий для обхода антимонопольных требований»: Интервью А. Тенишева // *Экономика и жизнь*. Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/article/343735/> (дата обращения: 18.11.2021).

цифровые рынки структурно отличаются от рынков товаров и услуг, распространяемых за плату, при этом им свойственно применение многочисленных способов монетизации продукции¹⁹⁷.

Рост ограничений на иностранные инвестиции в российские СМИ.

В России государственная медиapolитика в экономическом направлении преимущественно направлена на последовательную минимизацию иностранного участия в отечественных СМИ в целях обеспечения информационной безопасности государства, а также недопустимости стратегического влияния зарубежных стран на отечественные средства массовой информации. В 2014 году в Закон «О СМИ» были приняты поправки, связанные с ограничением иностранного капитала (ст. 19.1. Закона «О СМИ»)¹⁹⁸, запрещающие иностранным государствам, физическим и юридическим лицам, международным организациям, а также организациям с иностранным участием свыше 20%, учреждать СМИ, владеть, управлять или контролировать более 20% акций в уставном капитале редакции, учредителя или участника средства массовой информации. Введение соответствующих поправок в российское законодательство обусловило возникновение новых задач для более 80 тысяч российских СМИ¹⁹⁹, которые были вынуждены заново регистрировать средства массовой информации и в кратчайшие сроки находить новых российских партнеров для передачи им прав собственности. Кроме того, в 2015 году на вещателей, издателей и редакции СМИ была

¹⁹⁷ Решение Федеральной антимонопольной службы от 10 августа 2020 г. N 11/01/10-24/2019. Режим доступа: <https://internet.garant.ru/#%2Fdocument%2F75784763%2Fparagraph%2F734%3A0> (дата обращения: 10.11.2021).

¹⁹⁸ Федеральный закон от 14 октября 2014 г. N 305-ФЗ "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70763594/> (дата обращения: 15.11.2021).

¹⁹⁹ Ограничение участия иностранного капитала в Российских СМИ / Роскомнадзор. Режим доступа: https://66.rkn.gov.ru/docs/66/sm18812/1Prezentacija_seminar.pdf (дата обращения: 15.11.2021).

возложена обязанность уведомлять Роскомнадзор о любом иностранном финансировании свыше 15 тысяч рублей²⁰⁰.

Необходимо признать, что данный опыт присущ и западным странам (Великобритания, США, Франция и др.), где схожие ограничения применяются преимущественно к телевизионным и радиоканалам, а также медиахолдингам. При этом в отечественной практике ограничения в области прав собственности распространяются не только на организации, зарегистрированные в других странах или получающие иностранное финансирование, но и на российских граждан-резидентов иностранных государств. В 2019 году Конституционный суд Российской Федерации по итогам слушания дела о проверке конституционности ст. 19.1 Закона «О СМИ», признав конституционно допустимыми общие положения статьи, постановил уточнить нормы об учредителях СМИ, имеющих двойное гражданство²⁰¹. В позиции Суда также обозначено, что в связи с неточностью терминологии представляется затруднительным разграничить такие понятия, как «участник средства массовой информации» и «учредитель средства массовой информации», что приводит к возникновению непредвиденных рисков и нарушает конституционные принципы. Спустя два года из Закона «О СМИ» был исключен термин «участник средства массовой информации», а также был снят ряд ограничений для иностранных акционеров отечественных СМИ, которым теперь разрешено реализовывать корпоративные права, однако все еще в пределах 20% участия²⁰².

²⁰⁰ Федеральный закон от 30 декабря 2015 г. N 464-ФЗ "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях". Режим доступа: <https://base.garant.ru/71296034/> (дата обращения: 19.11.2021).

²⁰¹ 17 января 2019 года Конституционный Суд РФ провозгласил Постановление по делу о проверке конституционности статьи 19.1 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» / Конституционный суд Российской Федерации. Режим доступа: <http://www.ksrf.ru/ru/News/Pages/ViewItem.aspx?ParamId=3455> (дата обращения: 19.11.2021).

²⁰² Федеральный закон от 1 июля 2021 г. N 263-ФЗ "О внесении изменений в статью 19.1 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/401416240> (дата обращения: 19.11.2021).

Новый этап введения ограничений на иностранное участие в российских СМИ наступил в 2017 году, когда с одной стороны был установлен порядок распространения зарубежных периодических печатных СМИ на территории РФ (получение разрешения, оплата госпошлины)²⁰³, а с другой – был впервые принят резонансный закон о СМИ-иностранцах²⁰⁴. Необходимо отметить, что термин «иностранец» был введен в законодательство еще в 2012 году, но применялся исключительно к некоммерческим организациям с иностранным финансированием, осуществляющим политическую деятельность. Несмотря на возникновение негативной реакции со стороны субъектов закона «О некоммерческих организациях», а также экспертного сообщества, Конституционный суд Российской Федерации не нашел оснований для признания данных норм неконституционными, а также подчеркнул, что данная инициатива исходит из необходимости обеспечения прозрачности деятельности организаций с иностранным участием²⁰⁵.

В дальнейшем данный статус был применен и к средствам массовой информации (иностранцы СМИ или российские СМИ с иностранным финансированием). Развитие закона о СМИ-иностранцах в отечественной практике происходило в три этапа. На первом этапе поправки

²⁰³ Федеральный закон от 29 июля 2017 г. N 239-ФЗ "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/71732840/> (дата обращения: 19.11.2021).

²⁰⁴ Федеральный закон от 25 ноября 2017 г. N 327-ФЗ "О внесении изменений в статьи 10.4 и 15.3 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и статью 6 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/71818236/> (дата обращения: 19.11.2021).

²⁰⁵ Постановление Конституционного Суда РФ от 8 апреля 2014 г. N 10-П "По делу о проверке конституционности положений пункта 6 статьи 2 и пункта 7 статьи 32 Федерального закона "О некоммерческих организациях", части шестой статьи 29 Федерального закона "Об общественных объединениях" и части 1 статьи 19.34 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в связи с жалобами Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации, фонда "Костромской центр поддержки общественных инициатив", граждан Л.Г. Кузьминой, С.М. Смиренского и В.П. Юкечева". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70634146/> (дата обращения: 20.11.2021).

в Закон «О СМИ» (2017 г.) включали возможность внесудебного ограничения доступа к интернет-сайтам организаций, деятельность которых признана в России нежелательной. На втором этапе (в конце 2019 года) Закон «О СМИ» был дополнен новыми положениями, согласно которым Министерство юстиции Российской Федерации стало уполномочено вести реестр зарубежных СМИ, выполняющих функции иностранного агента, а также был утвержден порядок распространения сообщений организациями с данным статусом (учреждение юридического лица, включенного в соответствующий реестр; сопровождение публикаций сообщением о том, что она исходит от иностранного агента). На третьем этапе, в 2020 г., законодательные требования к иностранным агентам были усилены²⁰⁶: теперь лицам, признанным иностранными агентами, необходимо уведомлять Министерство юстиции Российской Федерации о получаемом финансировании и его расходовании.

Следует отметить, что похожие законодательные меры встречаются и за рубежом. Например, в США в 1938 году был принят закон о регистрации иностранных агентов (*Foreign Agents Registration Act*²⁰⁷) со схожим порядком применения: лица, занимающиеся внутренней политической или правозащитной деятельностью от имени иностранных организаций, подлежат регистрации в Министерстве юстиции США. При этом в американской практике понятие «иностранного агента» не относится к средствам массовой информации, зарегистрированным на территории США или о котором имеется информация в Почтовой службе США. Другим примером является Закон о прозрачности иностранного влияния (*Foreign Influence Transparency*

²⁰⁶ Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. N 481-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия угрозам национальной безопасности". Режим доступа: <https://base.garant.ru/400156268/> (дата обращения: 08.12.2021).

²⁰⁷ FARA INDEX AND ACT / The United States. Department of Justice. Режим доступа: <https://www.justice.gov/nsd-fara/fara-index-and-act#611> (дата обращения: 08.12.2021).

*Scheme Act*²⁰⁸), принятый в 2018 году в Австралии, который также направлен на противодействие иностранному влиянию и определяет систему регистрации иностранных агентов. В австралийской практике данный закон применяется к любому виду коммуникационной деятельности с целью осуществления политического влияния.

Что касается отечественного опыта, то принятие данной законодательной инициативы сопровождалось широким обсуждением в медиапространстве: упоминание «иностранного агента» в СМИ и интернет-ресурсах официальных учреждений в период с 25.11.2017 (принятие первых поправок в Закон «О СМИ») до 31.12.2021 наблюдалось 478 505 раз. При этом значительная часть публикаций, особенно в период с 2020 по 2021 гг., когда были введены требования по маркировке сообщений, содержат лишь упоминания данного термина (сопровождение публикаций СМИ, признанными иностранными агентами, соответствующей фразой, а также упоминания на других информационных ресурсах данных СМИ с указанием того, что они признаны в соответствии с российским законодательством иноагентами). При этом упоминание ключевого понятия «закон об иностранных агентах» (наиболее используемое условное название данных законодательных инициатив) наблюдалось в медиапространстве 33 709 раз.

Необходимо признать, что некоторые положения закона об иностранных агентах требуют обновления, так как в соответствии с действующим законодательством под иностранным участием понимается не только финансирование, но и любая иная материальная или организационная поддержка. В связи с этим в реестр СМИ–иностраннных агентов попадают журналисты, принявшие участие в международных конференциях или получившие иностранные премии. При этом в 2021 году на государственном уровне была отмечена необходимость глубинной проработки положений

²⁰⁸ Foreign Influence Transparency Scheme Act 2018 / Federal Register of Legislation. Режим доступа: <https://www.legislation.gov.au/Details/C2018A00063> (дата обращения: 08.12.2021).

закона совместно с профессиональным сообществом и улучшения механизмов применения нормативно-правового акта²⁰⁹.

2.4. Технологическое направление медиарегулирования

Если в 1990-е годы Интернет рассматривался как средство свободной глобальной коммуникации, а киберпространство было признано идеализированным новым миром²¹⁰, то сегодня интернет-пользователи регулярно сталкиваются с новыми угрозами и рисками.

В 2010-е гг. происходило постепенное совершенствование методов и приемов правового регулирования информационных отношений, что сопровождалось поиском эффективных механизмов противодействия новым технологическим вызовам и угрозам. В результате этого произошла институционализация механизмов управления информацией в Интернете.

Резкий рост числа интернет-пользователей (по данным на 2021 год Интернет используют 4,66 миллиардов человек или 59,5% мирового населения²¹¹) породил новые государственные задачи, связанные с вопросами обеспечения безопасности в Сети.

На протяжении десятилетий все больше государств с учетом национальных особенностей разрабатывали механизмы правового регулирования информации, распространяемой в Интернете. Согласно ряду официальных международных документов²¹², а также зарубежному опыту

²⁰⁹ Соловьев: попасть в реестр иноагентов может любой журналист, любое СМИ / Business FM. Режим доступа: <https://www.bfm.ru/news/483817> (дата обращения: 14.12.2021).

²¹⁰ Barlow J.P. A Declaration of the Independence of Cyberspace / Electronic Frontier Foundation. Режим доступа: <https://www.e\.org/cyberspace-independence> (режим доступа: 25.09.2020).

²¹¹ Согласно отчету *Digital 2021. Global overview report*. Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (дата обращения: 20.08.2021).

²¹² Решение Европейского парламента и Совета Европейского Союза 276/1999/ЕС от 25 января 1999 г. о принятии Многолетнего Плана действий Сообщества по содействию более безопасному использованию сети Интернет и новых онлайн-технологий путем борьбы с незаконным и вредным контентом, прежде всего в сфере защиты детей и несовершеннолетних. Режим доступа: <https://base.garant.ru/70471248/> (дата обращения: 20.08.2021).

правового регулирования интернет-пространства, можно сформулировать основные опасения правительств по поводу Интернета. К ним относятся:

- *угрозы национальной безопасности* (терроризм и экстремистская деятельность, кибератаки);
- *угрозы экономической безопасности* (интернет-преступления, мошенничество);
- *угрозы информационной безопасности* (незаконное использование персональных данных, распространение фейковых новостей и материалов экстремистского характера);
- *психологические угрозы* (например, интернет-травля, способная довести до суицида).

Необходимо признать, что государственное регулирование цифровой среды представляется сложным процессом по ряду причин. Несмотря на то, что многие страны принимают все больше новых законов, направленных на противодействие возможным интернет-угрозам и обеспечение безопасности граждан в сетевом пространстве, Интернет является глобальной системой, присутствующей во всех странах и одновременно не привязанной ни к одной из них. Децентрализация Интернета снижает способность государств контролировать содержание размещенной в сети информации, в связи с этим актуализируется вопрос применения принципов многосторонней дипломатии, являющейся важнейшим инструментом согласования международных решений как на глобальном, так и на отраслевом уровнях²¹³.

Междисциплинарная природа Интернета, охватывающая не только технологии и инновации, но и общественно-политическую, экономическую и юридическую сферы, обусловила поиск моделей его регулирования на

27.09.2021), Конвенция о преступности в сфере компьютерной информации ETS N 185 (Будапешт, 23 ноября 2001 г.). Режим доступа: <https://base.garant.ru/4089723/> (дата обращения: 27.09.2021).

²¹³ Олеандров В. Л. Многосторонняя дипломатия // Право и управление. XXI век, 2013. № 2(27). С. 69–76.

международном уровне²¹⁴. Современные исследователи считают, что сложное по своей природе регулирование Интернета должно быть ограничено теми областями, где оно неизбежно. Еще на первых этапах стремительного развития Интернета немецкий ученый Ханс Кляйнштойбер²¹⁵ отмечал, что Интернет предпочтительно рассматривать как пространство, которое работает автономно и без какого-либо вмешательства. При этом, если регулирование представляется неизбежным, оно должно применяться в соответствии с принципом subsidiarity, то есть в компетенцию вышестоящих уровней власти необходимо выносить только те вопросы, которые не могут быть решены на более низком уровне. Таким образом, наиболее оптимальной моделью регулирования Интернета остается многосторонняя модель управления, поскольку она включает в себя координацию деятельности всех стейкхолдеров.

Для решения глобальных проблем, связанных с Интернетом, в 2003 г. на первом этапе Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества (WSIS) была создана Рабочая группа по управлению Интернетом. Важно отметить, что на встрече активно обсуждались вопросы интерпретации термина «управление». Государства-участники пришли к выводу, что базовый подход к управлению как к исключительно государственному регулированию не может применяться к Интернету в связи с многочисленными технологическими сложностями, а должен предполагать участие других, негосударственных акторов. На втором (тунисском) этапе саммита было сформулировано определение управления Интернетом, под которым понимается «разработка и применение правительствами, частным сектором и гражданским обществом общих принципов, норм, правил, процедур принятия решений и программ, которые

²¹⁴ Курбалия Й. Управление Интернетом. М.: Координационный центр национального домена сети Интернет, 2010. 208 с.

²¹⁵ Kleinsteuber, H. (2004). The Internet between Regulation and Governance. In Möller, C., Amouroux A. (eds) *The Media Freedom Internet Cookbook*. Vienna: OSCE Office of the Representative on Freedom of the Media (pp. 61–75).

определяют развитие и использование Интернета»²¹⁶. Итоги Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества способствовали формированию многосторонней (*multistakeholder*) модели управления Интернетом. Основными компонентами данной модели, способствующими принятию эффективных решений, являются открытые инновации (инфраструктура), децентрализованные институты управления, открытые и инклюзивные процессы.

Актуальной задачей в рамках данного процесса является определение четких ролей всех стейкхолдеров, что усложняется транснациональными характеристиками Интернета. Так, в правомочия Рабочей группы по управлению Интернетом входит только внесение предложений, а не принятие решений, поэтому участие государства представляется существенно важным для предотвращения нарушений национального законодательства, борьбы с киберпреступностью, обеспечения информационной безопасности и для выработки национальных стандартов в соответствующей области. Таким образом, применение принципов сорегулирования как сочетания мер традиционного государственного и саморегулирования медиа представляется наиболее оптимальным подходом к управлению Интернетом, так как позволяет реализовать демократические цели²¹⁷.

Таким образом, на современном этапе можно выделить следующих ключевых акторов процесса управления Интернетом: государства, неправительственные организации (Совет по архитектуре Интернета *IAB*, Корпорация по присвоению имен и адресов в Интернете *ICANN*, Консорциум всемирной паутины *W3C*), межправительственные организации (Всемирная организация интеллектуальной собственности, Международный союз электросвязи), интернет-провайдеры.

²¹⁶ Тунисская программа развития информационного общества, 2005. Режим доступа: https://www.un.org/ru/events/pastevents/pdf/agenda_wsis.pdf (дата обращения: 01.10.2021).

²¹⁷ Рихтер А. Г. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики: учебное пособие. М.: ЮНЕСКО, 2011. 360 с.

Концептуальное понимание проблемного поля регулирования Интернета, предложенное исследователями в сфере медиа, права и экономики, а также международными организациями, обусловило принятие необходимых законодательных мер многими государствами. Почти каждый вопрос из области интернет-регулирования имеет правовые нормы, однако сегодня существование законодательных баз в данной сфере в большинстве государств все еще находится на начальном этапе.

На основании данных, полученных в ходе анализа государственной медиаполитики, представленного в параграфе 2.2, можно определить основные тенденции технологического направления государственного медиарегулирования: переход на цифровое эфирное телевизионное вещание, усиление государственного контроля за деятельностью интернет-ресурсов, развитие регулирования социальных сетей, минимизация передачи данных российских пользователей в другие страны.

Переход на цифровое эфирное телевизионное вещание. Необходимо признать, что процесс цифровой трансформации в России демонстрирует впечатляющие результаты: в 2010-е годы вопросы цифровизации всех сфер общественной жизни были признаны приоритетным направлением государственной политики, а во всех органах федеральной власти были сформированы профильные комитеты или департаменты²¹⁸. В результате активного процесса цифровизации произошли структурные изменения в медиаотрасли: перед средствами массовой информации возникла задача перехода на цифровые технологии, при этом сохранив традиционные формы распространения. Системный переход творческой деятельности на цифровые платформы затронул все сегменты медиасистем (периодическую прессу,

²¹⁸ Цифровая трансформация в России: итоги 2020 года и перспективы развития / Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации, Режим доступа: <https://ac.gov.ru/news/page/cifrova-transformacia-v-rossii-itogi-2020-goda-i-perspektivy-razvitiya-26801> (дата обращения: 28.11.2021).

телерадиовещание, рекламу, музыкальную индустрию), а также привел к возникновению новых видов медиа – цифровые и социальные медиа²¹⁹.

Важнейшим направлением государственной медиаполитики в 2010-е годы стала модернизация государственных сетей телевизионного вещания. Данный процесс стимулировался не только развитием ИКТ на территории России, но и подписанными международными соглашениями. На Региональной конференции радиосвязи в 2006 году был принят международный план «Женева-06», согласно которому более ста государств мира признали необходимость перехода на цифровое телевизионное вещание до 2015 года²²⁰.

В 2009 году более 3 млн российских граждан в отдаленных районах могли принимать только одну аналоговую телепрограмму²²¹. Успешная реализация федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2018 годы» (в результате полностью остановлено аналоговое вещание для федеральных телеканалов, осуществлен системный переход на распространение цифрового сигнала) привела к снижению информационного и цифрового неравенства. В результате развития данной инфраструктуры 98,4% российских граждан бесплатно принимают десять телеканалов и три радиоканала первого мультиплекса, а 98,1% телезрителей – 20 эфирных цифровых телеканалов²²².

²¹⁹ Вартанова Е. Л. Цифровое телевидение и трансформация медиасистем. О необходимости междисциплинарных подходов к изучению современного ТВ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2011. № 4. С. 6–26.

²²⁰ Батыршин Р. И., Шариков А. В. Изменения в структуре телесмотрения россиян после перехода на цифровое вещание // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2020. Т. 5, № 1. С. 18–33.

²²¹ Постановление Правительства РФ от 3 декабря 2009 г. N 985 "О федеральной целевой программе "Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2018 годы".
Режим доступа:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_94774/92d969e26a4326c5d02fa79b8f9cf4994ee5633b/ (дата обращения: 07.08.2021).

²²² Телевидение нового поколения / Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ. Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/370/> (дата обращения: 07.08.2021).

Процесс цифровизации телевизионного вещания обусловил обновление отраслевого законодательства. В 2018 году были внесены поправки²²³ в федеральный закон «О связи», согласно которым российские телезрители, проживающие в отдаленных регионах, вправе бесплатно получать доступ к общедоступным телевизионным и радиоканалам посредством спутниковых средств связи. При этом операторы спутникового вещания не вправе отказывать гражданам в заключении договоров.

Первые российские законодательные акты, регулирующие информацию, были приняты во второй половине 1990-х годов (Закон об информации 1995 года²²⁴ и Закон об участии в международном информационном обмене 1996 г.²²⁵). Однако развитие других отраслей права обусловило возникновение противоречий в законодательстве об информации с более поздними принятыми документами, что потребовало актуального обновления российской законодательной базы в сфере информационных отношений.

Система современного информационного законодательства в России представляет собой массив законодательных актов. Конституция Российской Федерации как главный закон российского государства заложило основу для регулирования общественных отношений отраслевым законодательством. В Конституции закреплены гарантии информационных прав граждан (ч. 1-ст. 24) и нормативные положения, которые формируют законодательную основу в сфере информации и информационных технологий: право на защиту информации, относящейся к категории личной и семейной тайны (ч. 1 ст. 23); право на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных

²²³ Федеральный закон от 27 декабря 2018 г. N 529-ФЗ "О внесении изменений в статью 46 Федерального закона "О связи". Режим доступа: <https://base.garant.ru/72139648/> (дата обращения: 07.08.2021).

²²⁴ Федеральный закон от 20 февраля 1995 г. N 24-ФЗ "Об информации, информатизации и защите информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/10103678/> (дата обращения: 07.08.2021).

²²⁵ Федеральный закон от 4 июля 1996 г. N 85-ФЗ "Об участии в международном информационном обмене". Режим доступа: <https://base.garant.ru/135401/> (дата обращения: 07.08.2021).

и иных сообщений (ч. 2 ст. 23); право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом (ч. 4 ст. 29) и др. Конституция провозглашает свободу массовой информации, под которой понимается «возможность человека при помощи специальных технических средств распространять свои мысли и мнения среди такого числа людей, которое бы удовлетворяло его целям участия в общественном диалоге, позволяло ему через реализацию этой свободы влиять на политику и принятие затрагивающих интересы общества решений, а также беспрепятственно искать, получать, производить и распространять информацию о текущих событиях»²²⁶.

Центральное место в системе государственного регулирования информационных отношений занимает *федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»*²²⁷ (далее – Закон «Об информации»), призванный обеспечить единообразное регулирование информационной среды. Закон детализирует конституционные принципы и нормы, касающиеся защиты информации и его правового режима: устанавливает право на доступ к информации (ст. 8), регулирует распространение информации (ст. 10) и использование информационно-телекоммуникационных сетей (ст. 15). Кроме того, закон устанавливает порядок ограничения доступа к веб-сайтам, на которых неоднократно распространялась неправомерная информация (ст. 15.6), что становится актуальной тенденцией современной системы регулирования информации в цифровой среде.

Усиление государственного контроля за деятельностью интернет-ресурсов. В 2010-е гг. начался процесс усиления государственного контроля за деятельностью интернет-ресурсов. Важнейшим направлением в регулировании информации, распространяемой в интернет-пространстве,

²²⁶ Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002. 362 с.

²²⁷ Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ. Режим доступа: <https://base.garant.ru/12148555/> (дата обращения: 09.01.2021).

становится поступательное наделение органов государственной власти новыми полномочиями. Так, Федеральным законом № 139-ФЗ от 28.07.2012 «О внесении изменений в Федеральный закон "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" и отдельные законодательные акты Российской Федерации» было введено право на блокировку доступа к электронным ресурсам без разрешения суда. В 2014 году основания для внесудебной блокировки информационных ресурсов были расширены: согласно внесенным поправкам²²⁸ в Закон «Об информации» устанавливается порядок ограничения доступа к распространяемой в Интернете информации. Новые механизмы включают регулирование так называемых «пиратских сайтов» и больше не ограничиваются сферой кинематографа, а распространяются на более широкий спектр объектов авторских и смежных прав. При этом в случае отказа владельца интернет-ресурса ограничить доступ к противоправной информации, оператор связи обязан выполнить данное действие, но именно по отношению к контенту, признанному нелегальным, а не к самому информационному ресурсу. Следует отметить, что в случаях отсутствия данной технической возможности, оператор связи вправе ограничить доступ к сайту в целом, что вновь свидетельствует о росте государственного контроля за деятельностью цифровых медиа.

В связи с возрастающей угрозой реализации конституционных прав граждан, включая неприкосновенность частной жизни, в 2006 году был принят Закон «О персональных данных»²²⁹, получивший активное развитие в последнее десятилетие. В соответствии с российским законодательством, персональными данными признаются любые сведения о физическом лице. За период 2010–2021 гг. в закон было внесено 25 поправок, уточняющих общие

²²⁸ Федеральный закон от 24 ноября 2014 г. N 364-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70804230/> (дата обращения: 09.12.2021).

²²⁹ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ "О персональных данных". Режим доступа: <https://base.garant.ru/12148567/> (дата обращения: 09.12.2021).

положения и порядок применения закона. Анализ содержания текстов федеральных законов, вносящих изменения в Закон «О персональных данных», позволил определить основные направления развития российского законодательства в сфере защиты персональных данных пользователей в интернет-пространстве.

В первую очередь, граждане вправе обратиться к владельцу интернет-ресурса или в уполномоченный орган (Роскомнадзор) с просьбой удалить информацию о себе из интернет-пространства, что усиливает соблюдение конституционных прав граждан, а также снижает нагрузку деятельности операторов связи.

Другим важным направлением стало закрепление приоритета Конституции Российской Федерации над решениями международных организаций, противоречащим конституционным принципам, установленным в России.

Помимо этого, недавние изменения включают усиление защиты общедоступных персональных данных, а именно запрещается их использование без согласия владельца. Таким образом, каждый веб-сайт обязан уточнять у пользователей, какие данные о них разрешено опубликовывать, а также передавать третьим лицам.

Другой регулятивной мерой по отношению к владельцам сайтов и интернет-провайдеров стало введение крупных штрафов (до 8 миллионов рублей) за нарушение порядка удаления или ограничения доступа к противоправному контенту, либо к информационным ресурсам, признанным запрещенными на территории Российской Федерации²³⁰.

Развитие регулирования социальных сетей. Еще одной важной тенденцией государственного медиарегулирования на стыке технологий и политики стал поиск эффективных механизмов контроля за деятельностью

²³⁰ Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. N 511-ФЗ "О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях". Режим доступа: <https://base.garant.ru/400158500/> (дата обращения: 07.12.2021).

социальных сетей. Социальные сети позволяют информации распространяться без редакционной проверки, при этом отдельный пользователь способен охватить столько же читателей, сколько и крупные медиа²³¹. При этом отличительной особенностью социальных сетей является публикационная активность огромного количества новых типов авторов – блогеров, инфлюенсеров, медиаактивистов, которые становятся лидерами мнений, однако не являются профессиональными журналистами и зачастую пренебрегают этическими стандартами, вследствие чего возрастает количество этических и правовых нарушений в цифровой среде²³².

Вопросы правового регулирования социальных сетей осознаются на мировом уровне: эксперты²³³ отмечают, что правительства многих стран уже рассматривают возможность адаптации правовых доктрин к цифровым платформам.

Если обратиться к зарубежному опыту, то можно проследить тенденцию ужесточения законодательства по отношению к социальным сетям, а также внедрение новых нормативно-правовых актов, направленных на регулирование цифровых платформ. Например, в Германии в 2017 году был принят Закон об обеспечении соблюдения требований к сети²³⁴. При этом закон применяется к социальным сетям, в которых зарегистрировано свыше 2 млн немецких пользователей и обязывает владельцев социальных сетей удалять противоправный контент в течение 24 часов после получения жалобы пользователя. Закон предусматривает довольно крупные штрафы (до

²³¹ Allcott, H., Gentzkow, M. (2017) Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31, 1–28; Ачкасова В. А. Мобилизационный потенциал виртуального сетевого пространства // Политическая культура и идеологии, 2021. Т. 17, № 3. С. 246–258.

²³² Панкеев И. А., Тимофеев А. А. Тенденции государственного регулирования российских СМИ: правовой аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 2. С. 231–246.

²³³ What Is the Future of Social Media Regulation? / *The Regulatory Review*. Режим доступа: <https://www.theregreview.org/2021/07/12/cervone-future-social-media-regulation/> (дата обращения: 01.08.2021).

²³⁴ Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz - NetzDG). Режим доступа: <https://perma.cc/RW47-95SR> (дата обращения: 01.08.2021).

50 млн евро) за несоблюдение требований. Схожие меры наблюдаются во Франции: в 2020 году французский парламент принял Закон о разжигании ненависти²³⁵, согласно которому социальные сети будут оштрафованы (до 1,25 млн евро), если они не удалят противоправный контент в течение 24 часов, а в некоторых случаях – всего за один час. Обе законодательные инициативы вызвали критику юристов и медиаактивистов, которые опасаются, что данные законы способны нарушить права человека и предоставить правительству чрезмерные полномочия по ограничению интернет-активности²³⁶.

Несмотря на неоднозначную общественную реакцию, вопросы регулирования социальных сетей продолжают обсуждаться в зарубежных странах. Европейская комиссия (высший орган исполнительной власти Европейского союза) в последние годы активно рассматривает возможность введения пакета законов о цифровых услугах (*Digital Services Act Package*²³⁷), направленных на обеспечение безопасного цифрового пространства для пользователей. Законопроект распространяется на платформы социальных сетей, в первую очередь в контексте регулирования противоправного контента, при этом большинство положений применимы к социальным сетям, пользователями которых являются резиденты стран, входящих в Европейский союз (более 45 миллионов пользователей на территории ЕС).

Необходимость правового регулирования социальных сетей также осознается в Великобритании: в мае 2021 года британское правительство опубликовало законопроект о безопасности в Интернете (*Draft Online Safety Bill*²³⁸), устанавливающим новую нормативно-правовую базу для борьбы с

²³⁵ PPL visant à lutter contre les contenus haineux sur internet: adoption en lecture définitive / Assemblée nationale. Режим доступа: <https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/actualites-accueil-hub/ppl-visant-a-lutter-contre-les-contenus-haineux-sur-internet-adoption-en-lecture-definitive> (дата обращения: 01.08.2021).

²³⁶ Germany's online hate speech law slammed by opposition, Commission / Euractiv. Режим доступа: <https://perma.cc/5BVV-84TA> (дата обращения: 01.08.2021).

²³⁷ Digital Services Act package / European Commission. Режим доступа: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package> (дата обращения: 17.05.2022).

²³⁸ Draft Online Safety Bill. Presented to Parliament by the Minister of State for Digital

вредоносным контентом в Интернете. При этом в документе отмечается, что ответственность за распространение незаконной информации будет возлагаться на провайдеров интернет-услуг, позволяющих пользователям создавать и распространять пользовательский контент, а также на провайдеров поисковых систем, которые позволяют пользователям осуществлять поиск по запрещенным веб-сайтам.

Что касается отечественного опыта, то в России развитие регулирования социальных сетей происходило в несколько этапов. В 2014 году российское правительство приняло федеральный закон № 97-ФЗ, получивший условное название «Закон о блогерах»²³⁹. Согласно положениям закона, любые владельцы блогов или аккаунтов в социальных сетях с аудиторией свыше 3 тысяч человек были обязаны пройти регистрацию в Роскомнадзоре, после чего к их деятельности применялись требования, установленные для СМИ. Данный закон вызвал критику юристов и профессионального сообщества, так как содержал противоречивые нормы. Действительно, в соответствии с российским законодательством регистрация сайтов как СМИ является добровольной, в связи с чем ведение реестра блогеров может быть расценена как чрезмерная мера государственного регулирования. Позднее, в 2017 году, федеральным законом №276-ФЗ²⁴⁰ положения российского законодательства, относящиеся к деятельности блогеров, были признаны утратившими силу, в связи с чем Роскомнадзор заявил о прекращении ведения соответствующего реестра.

and Culture by Command of Her Majesty May 2021 / GOV.UK. Режим доступа: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/985033/Draft_Online_Safety_Bill_Bookmarked.pdf (дата обращения: 30.03.2022).

²³⁹ Федеральный закон от 5 мая 2014 г. N 97-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70648932/> (дата обращения: 12.02.2022).

²⁴⁰ Федеральный закон от 29 июля 2017 г. N 276-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/71732900/> (дата обращения: 12.02.2022).

При этом необходимость обеспечения безопасности в цифровом пространстве по-прежнему осознается на государственном уровне. В настоящее время регулирование социальных сетей в России происходит в соответствии с общими положениями Закона «Об информации» и Закона «О связи». Примечательно, что в отечественной практике порядок регулирования мессенджеров был закреплен на три года ранее, чем порядок регулирования социальных сетей. В 2017 году были приняты поправки в Закон «Об информации», согласно которым организаторы обмена мгновенными сообщениями вправе обеспечивать доступ к услугам только для идентифицированных пользователей (верификация при помощи абонентского номера телефона). В 2020 году в российское законодательство было впервые введено понятие «социальная сеть», главным признаком которой является доступ к платформе более 500 тысяч российских пользователей в течение суток. С 1 февраля 2021 года такие ресурсы обязаны самостоятельно выявлять и блокировать незаконный контент, в связи с чем перед владельцами социальных сетей возникает задача усиления модерации контента.

Необходимо признать, что социальные сети амбициозно внедряют новые технологические решения, однако применение алгоритмов машинного обучения зачастую усложняет различие между достоверным и поддельным медиаконтентом. В середине 2010-х годов большинство социальных сетей начали активно бороться с фейковыми новостями, применяя различные механизмы модерации (например, тестирование функции предупреждения пользователей о потенциально недостоверной информации в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники»). Перед представителями социальных сетей стоит важная задача найти оптимальные способы преодоления онлайн-дезинформации, при этом сохранив открытость площадки для обмена информацией. На сегодняшний день наиболее часто используемым механизмом противодействия противоправной информации в социальных сетях становится добавление технологической возможности сообщения о

нарушении. В случае поступления большого количества жалоб о недостоверности публикация может быть рассмотрена как сотрудниками социальной сети, так и отправлена для проверки точности фактов партнерам – информационным агентствам и иным сторонним компаниям.

Минимизация передачи данных российских пользователей в другие страны. Еще одной важной тенденцией регулирования Интернета в исследуемый период стала минимизация передачи данных российских пользователей в другие страны. В 2019 году был принят закон о суверенном Интернете²⁴¹, согласно которому на территории Российской Федерации должна быть сформирована система маршрутизации интернет-трафика, а также установлена необходимость использования национальной системы доменных имен. Данная инициатива обсуждалась еще в 2014 году, когда Совет безопасности Российской Федерации рассматривал возможность отключения России от глобального интернета²⁴². В результате обсуждения была объяснена необходимость формирования национальной системы, укрепляющей суверенитет российского сегмента Интернета, что представляется важным в контексте обеспечения национальной безопасности, гарантии бесперебойного функционирования интернет-соединения, защиты персональных данных пользователей, а также ограничения их передачи в зарубежные страны.

Таким образом, ускоряющийся процесс цифровизации медиапространства, экономики и общества в целом привел к необходимости формирования в России современной правовой базы, обеспечивающей безопасность интернет-пользователей. Наряду с этим, важной задачей перед владельцами интернет-ресурсов становится сохранение открытости онлайн-

²⁴¹ Федеральный закон от 1 мая 2019 г. N 90-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О связи" и Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/72235254/> (дата обращения: 01.04.2021).

²⁴² Совет безопасности обсудит отключение России от глобального интернета / Ведомости. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2014/09/19/suverennyj-internet> (дата обращения: 01.04.2021).

платформ. Несмотря на ряд целенаправленных законодательных мер, в настоящее время как в России, так и в зарубежных странах, формирование системы регулирования цифровых платформ по-прежнему находится на начальном этапе, а в существующих законодательных нормах наблюдаются пробелы и юридические неточности, требующие глубинного переосмысления.

2.5. Регулирование содержания материалов в медиа²⁴³

Регулирование информации, распространяемой в медиа, функционирующих как в традиционных форматах, так и в Интернете, стало первостепенным вопросом в общественных дебатах еще в 1990-е гг., вызывая обеспокоенность как у правительств, так и у пользователей сети²⁴⁴. Необходимо признать, что применение к Интернету мер традиционного законодательства в сфере медиа зачастую затруднительно из-за того, что далеко не все сайты являются официальными СМИ, а авторы – журналистами.

Очевидно, что полномочия государства в вопросах контроля информации весьма велики. Регулирование информации является важным направлением в реализации стратегических планов государства по обеспечению национальной безопасности. Необходимо отметить, что действующие нормативно-правовые акты, регулирующие информацию в России, систематически обретают новые дополнения, что связано с возникновением новых угроз в интернет-пространстве. При этом, наряду с активным развитием информационного права в России в концептуальных

²⁴³ Параграф базируется на материалах статей, в которых, согласно «Положению о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова», отражены основные результаты, положения и выводы исследования: Самородова Э. В. Особенности современного регулирования фейковых новостей: российский и зарубежный опыт // Медиаскоп. 2020. Вып. 3; Самородова Э. В. К вопросу о противодействии фейковым новостям в цифровом пространстве // МедиаАльманах. 2021. No 6. С. 42–52.

²⁴⁴ Tech, G. (1996). GVU's 6th WWW User Survey. Режим доступа: http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/survey-10-1996/ (дата обращения: 07.05.2021).

документах все больше осознается роль представителей медиарынка и IT-индустрии в вопросах обеспечения наиболее эффективных механизмов защиты населения всех возрастов и социальных категорий от информации, способной оказать негативное влияние.

На основании данных, полученных в ходе анализа государственной медиаполитики, представленного в параграфе 2.2, можно определить основные тенденции направления регулирования содержания материалов в медиа: обеспечение защиты отдельных категорий лиц от некоторых видов информации, формирование и развитие законодательного регулирования фейковых новостей, рост правовых ограничений, связанных с распространением информации в Интернете, рассогласованность терминологического аппарата законодательства, медиаиндустрии и академических исследований в сфере медиа..

Развитие системы защиты детей от вредоносной информации.

Важным направлением регулирования информации в России является защита детей от вредоносной информации. Процесс социализации современных детей происходит в условиях информационного общества, характеризующегося активным применением интернет-технологий, которые с одной стороны становятся важнейшими образовательными ресурсами, однако с другой – способны оказать негативное влияние на развитие молодого поколения.

Необходимо отметить, что приоритетность интересов и благосостояния детей во всех общественных сферах закреплена в международном документе – Конвенции о правах ребенка²⁴⁵, подписанной, в том числе, Российской Федерацией. Согласно ст. 17 данной Конвенции государства-участники осознают необходимость доступа детей к информации, необходимой для

²⁴⁵ Конвенция о правах ребенка (Нью-Йорк, 20 ноября 1989 г.). Режим доступа: <https://internet.garant.ru/#%2Fdocument%2F2540422%2Fparagraph%2F79%3A1> (дата обращения: 12.04.2021).

обеспечения социального благополучия и психологического развития молодого поколения.

В целях обеспечения безопасности детей в современной информационной среде в России была разработана Концепция информационной безопасности детей²⁴⁶, приоритетными задачами которой стало содействие развитию у детей навыков медиаграмотности, самостоятельного и ответственного использования информационной продукции, в том числе глубинное понимание концепции интеллектуальной собственности. При этом Концепция провозглашает наиболее эффективным видом регулирования информационного потребления детей сорегулирование государством и медиасообществом.

Основным законом Российской Федерации, регулирующим информацию, создаваемую и распространяемую для детей, является Федеральный закон от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», который обозначает порядок классификации информационной продукции ее производителями или распространителями (гл. 2), где учитываются жанр, тематика, содержание, оформление, особенности восприятия, вероятность причинения вреда здоровью или развитию детей. Классификация происходит по следующим категориям: 1) для не достигших возраста шести лет; 2) для достигших возраста шести лет; 3) для достигших возраста двенадцати лет; 4) для достигших возраста шестнадцати лет; 5) для достигших возраста восемнадцати лет.

Формирование и развитие законодательного регулирования фейковых новостей. Период с 2017 года до настоящего времени характеризуется возникновением новых информационных угроз, включая рост фейковых новостей, материалов экстремистского характера, что

²⁴⁶ Распоряжение Правительства РФ от 2 декабря 2015 г. N 2471-р. Режим доступа: <https://internet.garant.ru/#%2Fdocument%2F71267034%2Fparagraph%2F14%3A0> (дата обращения: 12.04.2021).

представляет угрозу как для медиаиндустрии, так и для гражданского общества в целом²⁴⁷. При этом система правового медиарегулирования сегодня оценивается учеными как несколько противоречивая, что проявляется в разных подходах к контролю за деятельностью традиционных и цифровых медиа²⁴⁸.

Важным направлением государственного регулирования как в России, так и в большинстве стран мира становится противодействие распространению фейковых новостей, которые представляют угрозу не только для журналистики, но и для экономического и социально-политического развития государств.

В ходе исследования был проведен двухэтапный анализ российской и мировой практики регулирования фейковых новостей. На первом этапе (май 2020 г.) были изучены механизмы борьбы с недостоверной информацией в 53 странах мира. Необходимость проведения второго этапа исследования (сентябрь 2021 г.) связана с обновлением во многих государствах законодательных норм регулирования недостоверной информации, что связано с беспрецедентным количеством фейковой информации о коронавирусной инфекции в цифровом медиапространстве.

Изучив тексты нормативно-правовых актов Российской Федерации и других государств, а также документы профессиональных и общественных организаций, направленные на противодействие недостоверной информации, можно выделить два ключевых направления регулирования фейковых новостей (Рисунок 2):

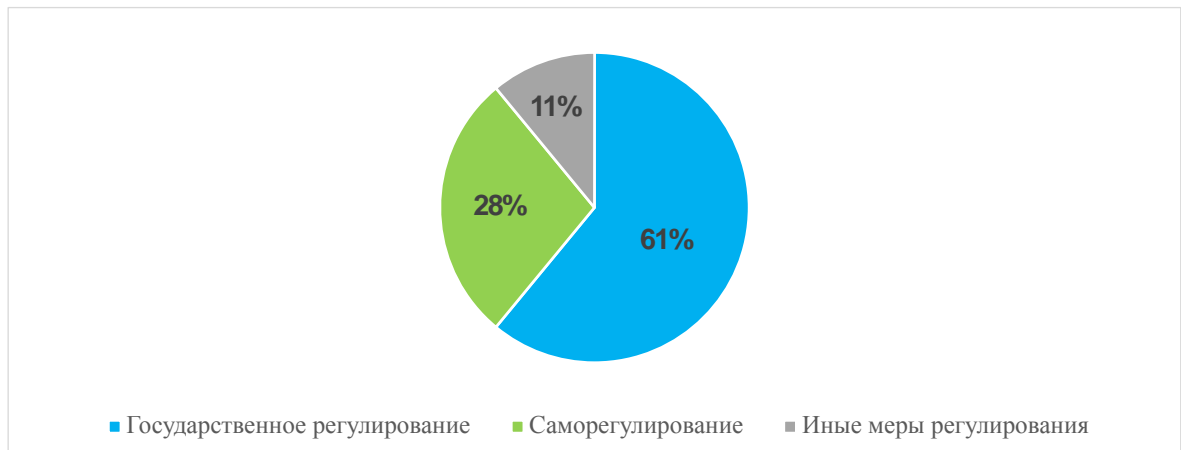
- *государственное регулирование* (принятие нормативно-правовых актов, запрещающих распространение фейковых новостей; рост государственного контроля за информацией, распространяемой в Интернете);

²⁴⁷ Панкеев И. А., Тимофеев А. А. Тенденции государственного регулирования российских СМИ: правовой аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 2. С. 231–246.

²⁴⁸ Варганова Е. Л. Цифровой сдвиг российской парадигмы медиарегулирования // МедиаТренды, 2019. № 8 (71). С. 5.

- применение принципов саморегулирования и сорегулирования при борьбе с фейковыми новостями (создание экспертных групп, развитие цифровой и медиаграмотности населения, внедрение медиаобразовательных практик).

Рисунок 2. Направления регулирования фейковых новостей в мире.



На законодательном уровне во многих странах (Франция, Германия, Греция, Венгрия, Россия и др.) запрещено распространение фейковых новостей. При этом санкции за создание и распространение недостоверной информации различаются.

Например, в Сингапуре за нарушение законодательства предусмотрена блокировка аккаунтов или публичных страниц в социальных сетях, штраф в размере 20 тысяч сингапурских долларов или тюремное заключение на срок до 12 месяцев. В середине 2020 года отмечалось, что применение закона на практике наблюдалось свыше 50 раз, в основном применительно к гражданам, критиковавшим государственную политику. Кроме того, соответствующие уведомления были направлены независимым цифровым медиа (*The Online Citizen* и *New Naratif*), а также политическим активистам.

В соответствии со статьей 168 Уголовного кодекса Бахрейна²⁴⁹, за умышленное распространение ложных сообщений, а также за производство

²⁴⁹ Bahrain Penal Code, 1976, Art. 168. Режим доступа: <http://bahrainrights.org/BCHR/wp-content/uploads/2010/12/Bahrain-Penal-Code.doc> (дата обращения: 07.06.2020).

рекламы, направленной на нанесение ущерба общественной безопасности, предусматривается наказание в виде лишения свободы на срок до двух лет и штрафа до 200 бахрейнских динаров.

Важно отметить, что в зарубежной практике наблюдались случаи отмены законодательства о фейковых новостях. Так, в апреле 2018 г. в Малайзии правительством бывшего премьер-министра Наджиба Разака был принят закон о фейковых новостях, который предусматривал наказание в виде штрафа до 500 тыс. ринггитов или лишения свободы на срок до 6 лет. Однако в августе 2018 г. в результате дебатов парламент Малайзии принял решение об отмене данного закона. Кроме того, в мае 2020 года бывший президент США Дональд Трамп издал указ о предотвращении интернет-цензуры (аннулирован 14 мая 2021 г.), позволявший интернет-компаниям ограничивать доступ к вредоносному контенту. Представители социальных сетей, в отношении которых были приняты новые меры регулирования, осудили подписание данного указа, назвав его политизированным.

Необходимо отметить, что в последнее десятилетие правительства многих стран рассматривали возможность введения уголовной ответственности за распространение фейковых новостей, однако официально соответствующие нормативно-правовые акты приняты не были. Например, власти Гонконга, Тайвани и Норвегии неоднократно обсуждали введение запрета на распространение ложной информации в медиа. Данные инициативы стимулировали возникновение оживленной дискуссии о необходимости принятия соответствующих поправок в законодательство. Согласно опросу, проведенному Клубом иностранных корреспондентов Гонконга (*FCC*), подавляющее большинство респондентов выразили обеспокоенность возможным введением закона о фейковых новостях²⁵⁰.

²⁵⁰ The Foreign Correspondents' Club, Hong Kong, Membership Survey on Press Freedom / *FCC*. Режим доступа: <https://www.fcchk.org/membership-survey-on-press-freedom/> (дата обращения: 07.06.2020).

Несмотря на то, что во многих странах долгое время не наблюдалось применения законодательных мер по распространению фейковых новостей, дискуссии о коронавирусной инфекции породили большое количество конспирологических теорий и фальсификации фактов, распространяемых преимущественно на онлайн-форумах, в социальных сетях и мессенджерах²⁵¹. За период 2020–2021 гг. более чем 15 правительств²⁵² приняли новые государственные меры против онлайн-дезинформации и распространения фейковых новостей. Например, в 2020 году Объединенные Арабские Эмираты на государственном уровне запретили физическим лицам публиковать и распространять медицинскую информацию или рекомендации, связанные с *COVID-19*, противоречащие официальным заявлениям правительства. В случае нарушения постановления правительства физическим лицам грозит штраф на сумму до 20 тысячи дирхамов. Кроме того, в ноябре 2021 года парламент Греции проголосовал за введение уголовной ответственности за распространение фейковых новостей о коронавирусной инфекции. За нарушение предусматриваются санкции в виде штрафа либо лишения свободы на срок от трех месяцев, а при распространении подобной информации посредством СМИ или Интернета, – от шести месяцев.

Несмотря на то, что в некоторых странах сегодня не наблюдается применения законодательных мер по распространению фейковых новостей, противодействие этому феномену в той или иной степени осуществляется на уровне саморегулирования. Например, в Бельгии в 2018 г. была создана экспертная группа журналистов и исследователей в целях пресечения распространения дезинформации в интернете. Кроме того, бельгийское

²⁵¹ Apuke, O.D., Omar, B. (2021). Fake News and COVID–19: Modelling the Predictors of Fake News Sharing Among Social Media Users. *Telematics and Informatics*, 56, 1–16.

²⁵² Rush to pass ‘fake news’ laws during Covid-19 intensifying global media freedom challenges / *International Press Institute*. Режим доступа: <https://ipi.media/rush-to-pass-fake-news-laws-during-covid-19-intensifying-global-media-freedom-challenges/> (дата обращения: 05.10.2020).

правительство запустило официальный веб-сайт²⁵³, цель которого заключается в информировании граждан о распространяемых в стране фейковых новостях. Похожий опыт наблюдается в Нидерландах, где в 2019 г. была запущена общественная кампания по борьбе с фейковыми новостями, направленная на информирование людей о распространении дезинформации в интернет-пространстве.

В Великобритании в целях борьбы с фальсификацией фактов в Интернете используются принципы сорегулирования – совместного регулирования государственных и общественных институтов. Так, в 2018 г. британское правительство опубликовало отчет²⁵⁴ с рекомендациями, вынесенными комитетом по цифровым технологиям, культуре, СМИ и спорту. Данные рекомендации предусматривают отказ от термина «фейковые новости», применение существующих правил средств массовой информации к интернет-новостям, а также создание рабочей группы для исследования механизмов распространения дезинформации.

В некоторых странах проблема фейковых новостей зачастую затрагивается в официальных сообщениях правительственных и промышленных организаций. Чтобы избежать негативных факторов регулирования информации в Интернете, некоторые государства используют иные механизмы борьбы с недостоверной информацией, которые также оказываются эффективными. Например, в Австралии функционирует целевая группа по обеспечению честности и неподкупности выборов²⁵⁵ – межведомственный орган, учреждённый для устранения рисков целостности

²⁵³ Stop Fake News. Режим доступа: <https://www.stopfakenews.be> (дата обращения: 07.06.2020).

²⁵⁴ Democracy at risk due to fake news and data misuse, MPs conclude / *The Guardian*. Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20181205094120/https://www.theguardian.com/technology/2018/jul/27/fake-news-inquiry-data-misuse-democracy-at-risk-mps-conclude> (дата обращения: 07.06.2020).

²⁵⁵ Electoral integrity: 2019 federal election. Режим доступа: <https://www.aec.gov.au/elections/electoral-advertising/electoral-integrity.htm> (дата обращения: 07.06.2020).

избирательной системы, в том числе в связи с кибернетическим вмешательством. Основная задача целевой группы заключается в обеспечении кибербезопасности избирательных процессов. Кроме того, в 2018 г. в Уголовный кодекс Содружества наций (*Criminal Code Act 1995*) был включен ряд поправок, связанных с иностранным вмешательством, включая распространение ложной или вводящей в заблуждение информации.

В целях обеспечения кибербезопасности (понимается как «состояние защищенности в новой виртуальной сфере, которое достигается за счет набора средств, стратегий, принципов обеспечения безопасности, подходов к управлению рисками, действий, профессиональной подготовки, страхования и технологий, которые используются для защиты виртуальной среды, ресурсов организаций и пользователей сервисов от целенаправленного деструктивного воздействия»²⁵⁶) соответствующие меры были приняты также в Китае в 2018 г.: новый закон наделил правоохранительные органы полномочиями на доступ и копирование данных, имеющих отношение к кибербезопасности²⁵⁷. Проблемы кибершпионажа также осознаются во Вьетнаме, где правительство наняло 10 тысяч человек для отслеживания соответствия интернет-публикаций разрешенной политике.

Что касается отечественной практики, то 18 марта 2019 г. в России был принят пакет федеральных законов о недостоверных новостях²⁵⁸. Целью принятия соответствующих законов является разработка эффективного механизма пресечения распространения противоправной информации. Возвращаясь к вопросу о терминологическом понимании фейковых

²⁵⁶ Сычёв А.М., Ревенков П.В., Дудка А.Б. Безопасность электронного банкинга. М.: Интеллектуальная литература, 2017. 318 с.

²⁵⁷ Ministry of Public Security in China. Режим доступа: <http://www.mps.gov.cn/n2254314/n2254409/n4904353/c6263180/content.html> (дата обращения: 09.06.2020).

²⁵⁸ Федеральный закон от 18 марта 2019 г. N 31-ФЗ "О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/72198118/> (дата обращения: 07.06.2020); Федеральный закон от 18 марта 2019 г. N 27-ФЗ "О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях". Режим доступа: <https://base.garant.ru/72198176/> (дата обращения: 07.06.2020).

новостей, стоит отметить, что в соответствии с российским законодательством под фейковыми новостями понимается недостоверная общественно значимая информация, «которая создает угрозу причинения вреда жизни и (или) здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения общественного порядка и (или) общественной безопасности либо угрозу создания помех функционированию или прекращения функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи»²⁵⁹. В соответствии с принятыми в марте 2019 г. законами за распространение фейковых новостей предусматриваются следующие меры наказания: 1) блокировка интернет-ресурсов с фейковой информацией, 2) система штрафов.

Общественная реакция на принятие соответствующих поправок в российское законодательство была неоднозначной. Так, представители Совета по правам человека при Президенте РФ направили в Совет Федерации официальное письмо с просьбой «отклонить законопроекты о фейковых новостях и неуважении к власти и направить их на доработку», поскольку они «ограничивают конституционные права и свободы человека и гражданина»²⁶⁰. Однако, согласно опросу ВЦИОМ²⁶¹, проведенному в марте 2018 г., 83% респондентов поддержали данный закон. Более половины опрошенных также выразили надежду, что после вступления законодательных поправок в действие недостоверных сведений в медиапространстве станет меньше.

²⁵⁹ Федеральный закон от 18 марта 2019 г. N 31-ФЗ "О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/72198118/> (дата обращения: 07.06.2020).

²⁶⁰ СПЧ просит Совет Федерации отклонить законопроекты о наказаниях за фейковые новости и неуважение к власти. Режим доступа: <http://president-sovet.ru/presscenter/news/read/5324/> (дата обращения: 07.06.2020).

²⁶¹ Фейк-ньюс: мнение россиян о новом законе: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9603> (дата обращения: 07.06.2020).

Контроль за публикацией фейковых новостей в России осуществляет Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) при непосредственном прокурорском надзоре. Совместно с Союзом журналистов России Роскомнадзор ведет перечень информационных ресурсов, регулярно распространяющих недостоверную информацию²⁶², который на декабрь 2021 года насчитывает 27 источников.

Распространение недостоверной информации зачастую коррелирует с общественно значимыми процессами. Так, в российской практике заметное распространение фейковых новостей наблюдалось в связи с пожаром в торгово-развлекательном комплексе «Зимняя вишня» в г. Кемерово в марте 2018 г., в контексте дела Ивана Голунова летом 2019 г. и других событий, получивших широкий общественный резонанс. Согласно Обзору судебной практики Верховного суда в период пандемии, весной 2020 г. также наблюдалось чрезмерно высокое количество фейковой информации, передаваемой преимущественно в мессенджерах²⁶³. Вследствие возрастающего распространения недостоверной информации в Интернете законодателем были приняты изменения некоторых положений закона (например, ст. 13.15 Кодекса об административных правонарушениях РФ «Злоупотребление свободой массовой информации» была дополнена новыми положениями).

Вследствие роста количества ложных новостей в период пандемии в 2020–2021 гг. законодателем были внесены новые нормы в Уголовный кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 01 апреля 2020 года № 100-ФЗ дополнен статьей 207.1 Уголовного кодекса Российской Федерации

²⁶² Перечень информационных ресурсов, регулярно распространяющих недостоверную информацию. Режим доступа: <https://rkn.gov.ru/mass-communications/p1104/> (дата обращения: 04.03.2022).

²⁶³ Обзор № 2 по отдельным вопросам судебной практики, связанным с применением законодательства и мер по противодействию распространению на территории Российской Федерации новой коронавирусной инфекции (COVID-19). Режим доступа: http://supcourt.ru/press_center/news/28883/ (дата обращения: 07.06.2020).

(«Публичное распространение заведомо ложной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан»). Согласно данной статье уголовно-наказуемыми являются действия по публичному распространению под видом достоверных сообщений заведомо ложной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан, и (или) о принимаемых мерах по обеспечению безопасности населения и территорий, приемах и способах защиты от указанных обстоятельств.

Этим же законом введена статья 207.2 Уголовного кодекса Российской Федерации («Публичное распространение заведомо ложной общественно значимой информации, повлекшее тяжкие последствия»). Ответственность по данной статье наступает за действия по публичному распространению под видом достоверных сообщений заведомо ложной общественно значимой информации, повлекшее по неосторожности причинение вреда здоровью человека.

Необходимо отметить, что судебная практика по рассматриваемому вопросу неоднородна: к уголовной ответственности за распространение фейковых новостей в России теперь могут привлекаться не только журналисты, но и любые активные интернет-пользователи. При этом примеры из судебной практики демонстрируют ряд сложностей при обвинении интернет-пользователей в распространении заведомо недостоверной информации и не позволяют однозначно ответить на вопрос, наличие каких критериев противоправных действий надлежит определять для наличия составов правонарушений.

Кроме того, сложность в квалификации таких действий как противоправных обусловлена необходимостью разграничения «заведомо» недостоверной информации (что безусловно является противоправной) от ошибочной, то есть личного суждения. При этом правонарушения зачастую совершаются в социальных сетях, зарегистрированных на территории

зарубежных государств, регулирование которых на национальном уровне представляется чрезвычайно сложным.

Кроме того, в 2021 году были внесены поправки в статью 128.1. Уголовного кодекса Российской Федерации «Клевета», которые расширили количество квалифицирующих составов и теперь предполагают введение уголовной ответственности за клевету в Интернете. Необходимо отметить, что на государственном уровне понятие клеветы и фейковых новостей наделены разными характеристиками: под клеветой понимается «распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию»²⁶⁴. Следовательно, основной отличительной характеристикой квалификации распространения заведомо ложной информации как клеветы, а не фейковых новостей является наличие порочащих сведений (кроме оценочных суждений и выражения личного мнения), умаляющих честь и достоинство гражданина и подрывающих репутацию.

В современном обществе феномен фейковых новостей является значимым и широко обсуждаемым вопросом, так как распространение недостоверных сведений получает новое смысловое значение в контексте намеренной дезинформации общества на мировом уровне, а также попытки повлиять на политические процессы, общественное мнение и получение финансовой выгоды. Кроме того, современные технологии значительно облегчают процесс создания и передачи фейковых новостей. Пользователи могут полагаться на источники, которые считают близкими собственным убеждениям, вследствие чего отвергать альтернативные точки зрения.

Несмотря на то, что создатели фейковых новостей зачастую привлекаются к ответственности, на современном этапе все еще не наблюдается единой структурированной правовой системы,

²⁶⁴ Статья 128.1. Клевета / Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. N 63-ФЗ. Режим доступа: <https://base.garant.ru/10108000/2bed6da4db307a61e01a35347591374e/> (режим доступа: 04.04.2022).

ориентированной на противодействие фейковым новостям. Данная проблема обусловлена определенными трудностями в измерении уровня достоверности информации, а также в создании адекватных правовых норм, не нарушающих принципы свободы слова. С учетом того, что фейковые новости распространяются преимущественно в Интернете и их проблема носит междисциплинарный характер, сегодня представляется все более важным коллегиальное обсуждение регулирования распространения фейковых новостей государственными деятелями, юристами, а также исследователями и практиками в сфере медиа.

Рассогласованность терминологического аппарата законодательства, медиаиндустрии и академических исследований в сфере медиа. Актуальной проблемой государственной медиаполитики остается рассогласованность терминологического аппарата, используемого в профессиональном и академическом сообществах²⁶⁵ с одной стороны, и на государственном уровне – с другой.

Отечественная правовая доктрина содержит десятки определений и классификаций информации, каждое из которых имеет прикладное значение²⁶⁶. При этом основополагающей категорией в системе российского права остается массовая информация понятия массовой информации закреплена в Законе «О СМИ», принятом 27 декабря 1991 г., и понимается как «предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы»²⁶⁷.

Несмотря на развитие информационно-коммуникационных технологий (развитие Интернета в России, распространение сотовой связи, глобализация мобильного Интернета), данное определение на протяжении более тридцати

²⁶⁵ От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, А. В. Вырковский и др. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019. 208 с.

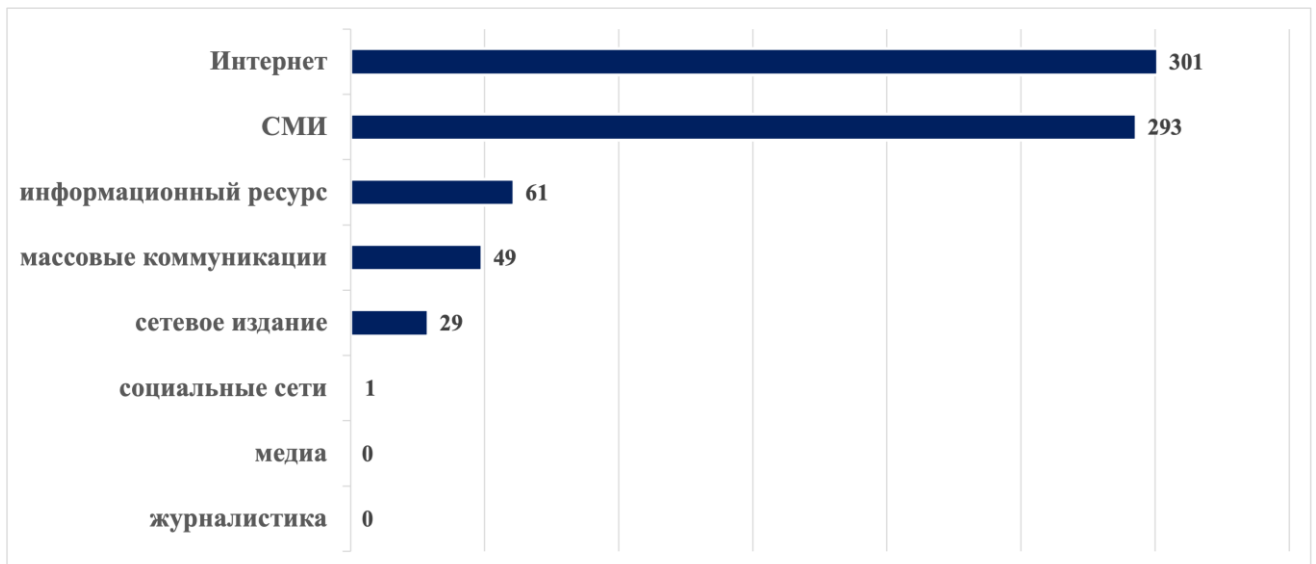
²⁶⁶ Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (коллектив авторов). ГАРАНТ, 2021. Режим доступа: <https://base.garant.ru/77195708/> (дата обращения: 21.02.2022).

²⁶⁷ Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/10164247/> (дата обращения: 07.09.2021).

лет в российском законодательстве остается неизменным и практически отождествляет массовую информацию с содержанием продукции СМИ²⁶⁸.

Результаты контент-анализа текстов последних редакций нормативно-правовых актов в сфере медиа продемонстрировали, что на законодательном уровне наиболее часто встречаются термины «Интернет», «средства массовой информации», «информационный ресурс» и «сетевое издание», в то время термины «социальные сети», «медиа», «журналистика» и другие понятия, активно используемые в актуальных академических исследованиях²⁶⁹ и медиаиндустрии, встречаются крайне редко или не встречаются вовсе (Рисунок 3).

Рисунок 3. Терминология законодательной базы России в сфере медиа



При этом необходимо отметить положительную динамику в терминологическом аппарате российского законодательства в сфере медиа. В 2011 году²⁷⁰ ряд терминов (например, «информатизация», «сеть общего

²⁶⁸ Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (коллектив авторов). ГАРАНТ, 2021. Режим доступа: <https://base.garant.ru/77195708/> (дата обращения: 21.02.2022).

²⁶⁹ Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 246 с.; От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, А. В. Вырковский и др. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019. 208 с.

²⁷⁰ Федеральный закон от 11 июля 2011 г. N 200-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием

пользования») были заменены на новые понятия: «информационные технологии», «электронное сообщение», «конфиденциальность информации», «информационно-телекоммуникационная сеть». 30 декабря 2020 года в российское законодательство впервые был введен термин «социальная сеть»: на государственном уровне социальной сетью признается веб-сайт, доступ к которому в течение суток составляет более пятисот тысяч российских пользователей.

Необходимо признать, что процесс добавления новой лексики усложняется особенностями нормативно-правового стиля языка, а также недостаточным пониманием законодателями актуальных тенденций медиасферы, что приводит к отставанию терминологического аппарата законов от академической сферы и индустрии. Представители профессии и индустрии отмечают неточные формулировки, содержащиеся в нормативно-правовых актах, которые потенциально могут привести к неоднозначному правоприменению и нарушению прав журналиста²⁷¹. В связи с этим актуализируется необходимость участия представителей профессиональных сообществ, индустриальных организаций, практиков медиабизнеса, а также ведущих медиаисследователей в комплексном процессе терминологического обновления законодательной базы в сфере медиа.

Вывод к главе 2.

Функционирование медиа на разных уровнях – как ключевой инструмент реализации государственной информационной политики, как коммуникатор между властью и обществом, как транслятор социально значимой информации, приводит к возникновению новых способов управления как традиционными средствами массовой информации, так и цифровыми медиа.

Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/12187858/> (дата обращения: 03.01.2021).

²⁷¹ Гуреева А. Н., Самородова Э. В. Медиарегулирование в России: изменения медиapolитики в условиях трансформации общественных практик // Медиаскоп (электронный журнал). 2019. Вып. 4.

В исследуемый период контроль за медиа осуществлялся преимущественно в рамках административно-правового подхода, включающего механизмы регистрации традиционных СМИ и цифровых медиа, законодательное регулирование распространяемой информации, экономический контроль СМИ как субъектов медиабизнеса. Российское отраслевое законодательство, сформированное в 1990-е гг., на протяжении последнего десятилетия последовательно дополнялось новыми положениями, что связано, в первую очередь, с развитием национальной медиаиндустрии в условиях цифровизации. С другой стороны, при реализации государственной информационной политики был использован информационный подход, ориентированный на обеспечение достоверной, объективной и оперативной информации о текущей деятельности государственных структур.

Проведенный контент-анализ нормативно-правовой базы в сфере медиа и государственной информационной политики позволил определить приоритетные направления реализации государственной информационной политики в России, а также выявить ключевые тенденции государственного медиарегулирования в России в последнее десятилетие, которые можно классифицировать по трем укрупненным блокам: экономическому, технологическому и содержательному.

Активный процесс цифровизации медиапространства требует поиска новых механизмов контроля за распространением информации в цифровых медиа. Несмотря на то, что отечественное законодательство постоянно дополняется новыми положениями, в настоящее время все еще не наблюдается единой нормы правового регулирования общедоступной информации в цифровом медиапространстве.

В целях совершенствования государственной медиаполитики, законодательной базы и устранения рассогласованности терминологии в настоящее время представляется необходимым коллективное обсуждение новых законодательных инициатив с привлечением представителей профессионального журналистского сообщества и медиаиндустрии.

ГЛАВА 3. Развитие институтов саморегулирования в сфере медиа в России

В традиционном понимании общественная миссия СМИ и журналистики заключается в достижении общественного блага и основывается на применении этических стандартов профессии²⁷². В основе профессиональной миссии журналиста лежат принципы саморегулирования, а ее реализация основывается на международных и национальных стандартах и направлена на сохранение редакционной свободы, повышение качества и достоверности материалов как в традиционных, так и в цифровых медиа.

Саморегулирование в сфере медиа (понимается как самостоятельная деятельность медиасообщества по добровольному установлению и контролю за соблюдением этических принципов деятельности медиа²⁷³) призвано обеспечить подотчетность медиа профессиональному сообществу и аудитории, снизить риски чрезмерного государственного регулирования, что в целом приводит к повышению эффективности медиарегулирования и благоприятно влияет на социальное развитие государства.

Глава «Развитие институтов саморегулирования в сфере медиа в России» посвящена изучению медийного саморегулирования как сложной системы применения регулятивных мер профессионального, индустриального и общественного характера, оценке текущего состояния и обозначения направлений развития.

3.1. Адаптация профессионально-этических стандартов журналиста к цифровой медиасреде

Развитие медиа с самого начала их возникновения происходило под воздействием разных стимулов и мотивов: получение прибыли, продвижение

²⁷² Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М.: Аспект Пресс, 2004. 352 с.

²⁷³ Путеводитель по саморегулированию сетевых СМИ / ред. А. Улен и М. Стоун. Вена: Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013. 130 с.

политических партий и идеологий, развитие трудовой деятельности²⁷⁴. В связи с высокой социальной значимостью медиа, к журналистике как к профессиональной сфере деятельности общество всегда предъявляло повышенные моральные требования.

В философском понимании этика – это наука, изучающая основные принципы морали современного общества. Как в любой профессиональной сфере, в журналистике существуют свои этические нормы и стандарты. Исторически профессиональная этика журналиста зародилась вместе с возникновением журналистики как вида деятельности²⁷⁵. Еще в середине XVIII века М. В. Ломоносов написал статью «Рассуждения об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии»²⁷⁶, которая стала своеобразным сводом правил поведения для журналистов. В связи с отсутствием профессиональных журналистских сообществ в России XVIII в., данные правила кодифицированы не были, однако большинство из них сформировали базовые этические стандарты, которые так или иначе отражены в более поздних кодексах профессиональной этики.

В зарубежных исследованиях теоретическое изучение профессиональной этики журналиста восходит к теории социальной ответственности прессы, провозглашающей, что принципы свободы и независимости медиа влекут за собой ответственность медиа перед обществом. Британский исследователь Д. МакКуэйл в книге «Журналистика и общество»²⁷⁷ неоднократно подчеркивает, что этические нормы профессиональной журналистики основаны на принципах ответственности и

²⁷⁴ МакКуэйл Д. Журналистика и общество: Учебное пособие. М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. 374 с.

²⁷⁵ Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Изд. Юрайт, 2017. 226 с.

²⁷⁶ Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы философии / Факультет журналистики МГУ. Режим доступа: http://www.journ.msu.ru/about/lomonosov/journ_about.php (дата обращения: 27.09.2021).

²⁷⁷ МакКуэйл Д. Журналистика и общество: Учебное пособие. М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. 374 с.

подотчетности медиа перед обществом. Профессор Стивен Уорд²⁷⁸ убежден, что профессиональная этика журналиста связана как с обеспечением свободы и независимости медиа, так и с гарантией ответственного использования данной свободы редакциями.

В прикладном значении профессиональная этика предполагает разработку свода рекомендаций в целях разрешения спорных моральных ситуаций, оценки нравственности поведения журналистов. Именно в аспекте профессиональной этики представители профессиональных организаций, индустрии, академического сообщества и аудитории оценивают деятельность медиапредприятий и отдельных журналистов.

Первым официальным документом, содержащим принципы журналистской этики, принято считать кодекс, принятый Межамериканской ассоциацией прессы в 1926 г. Как отмечает Д. С. Авраамов²⁷⁹, первые этические требования были практически тождественны общечеловеческим нормам морали, а их составители находились под влиянием либертарианских идей. После Второй мировой войны закрепление профессиональных норм продолжилось, а также были реорганизованы объединения, которые до сих пор остаются наиболее влиятельными органами саморегулирования: Международная организация журналистов и Международная федерация журналистов²⁸⁰.

Позднее, в 1954 году, на Втором всемирном конгрессе Международной федерации журналистов в Бордо была принята *Декларация принципов поведения журналиста*, провозглашенная ключевым стандартом

²⁷⁸ Ward, S. (2011). *Ethics and the Media: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

²⁷⁹ Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста: Парадоксы развития, поиски, перспективы. М.: Мысль, 1991. 252 с.

²⁸⁰ Анализ международного и отечественного опыта создания и функционирования института саморегулирования в информационном сообществе / Е. Л. Вартанова и др. // Концепция информационной безопасности детей. Режим доступа: https://rkn.gov.ru/docs/Razdel_19.pdf (дата обращения: 01.10.2021).

профессионального поведения журналистов²⁸¹. В документе подчеркивается, что при получении информации журналист должен использовать только честные методы, не должен фальсифицировать данные, а также обязан соблюдать профессиональную тайну. Кроме того, в Декларации закрепляются наиболее серьезные профессиональные нарушения: к ним относятся плагиат, умышленное искажение фактов, клевета, оскорбление, а также коррупционные сделки.

В 1983 году по результатам четырех консультативных встреч международных и региональных профессиональных организаций журналистов, проведенных под эгидой ЮНЕСКО, были сформулированы *Международные принципы профессиональной этики в журналистике*²⁸². Всего в документе закреплено десять принципов, включая соблюдение социальной ответственности журналиста, обеспечение общедоступности обязательной информации, право граждан на получение достоверной и точной информации, уважение общественных интересов, развитие мирового информационного и коммуникационного порядка и др.

Практически во всех странах существуют национальные кодексы, различающиеся разной степенью интерпретации этических принципов и нарушений²⁸³. В настоящее время в российском журналистском сообществе применяются как международные стандарты профессиональной этики (Рисунок 4), так и разработанные отечественными профессиональными организациями (Рисунок 5), а также внутренние редакционные стандарты.

²⁸¹ International Federation of Journalists Declaration of Principles on the Conduct of Journalists / *Accountable Journalism*. Режим доступа: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/International-IFJ> (дата обращения: 17.11.2021).

²⁸² International Principles of Professional Ethics in Journalism / *Accountable Journalism*. Режим доступа: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/International-Principles> (дата обращения: 17.11.2021).

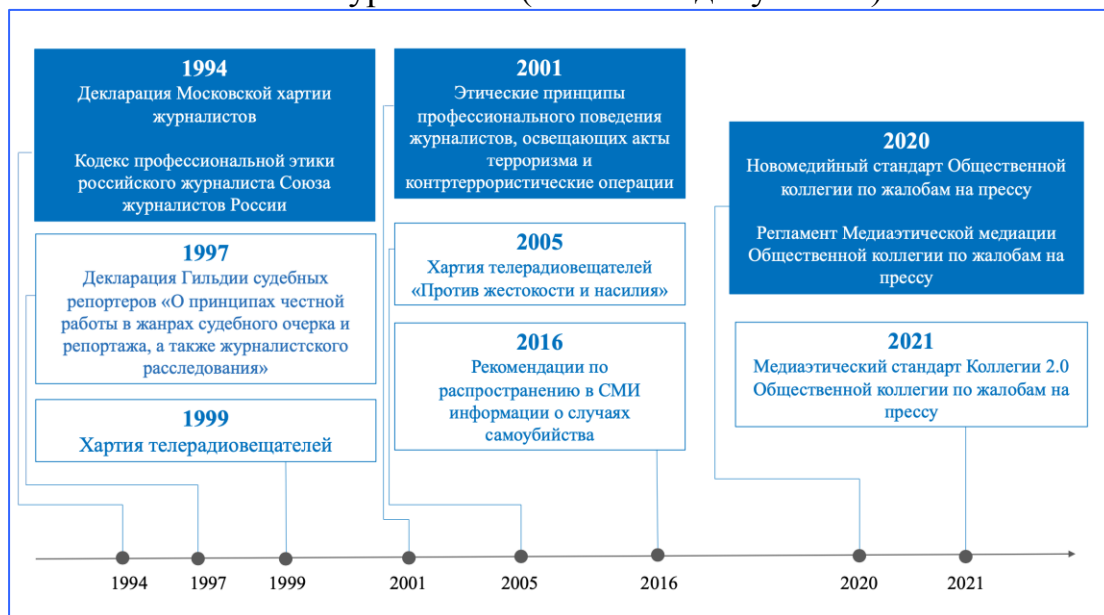
²⁸³ Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Юрайт, 2017. С. 91–114.

Рисунок 4. Хронология принятия международных стандартов профессиональной этики журналиста (основные документы)



Источник: *Accountable Journalism*²⁸⁴

Рисунок 5. Хронология принятия отечественных стандартов профессиональной этики журналиста (основные документы)



Источник: *Союз журналистов России, Общественная коллегия по жалобам на прессу*

В последнее десятилетие произошло значительное расширение медиополя, возникли новые форматы медиапотребления, аудитория медиа

²⁸⁴ Accountable Journalism. Режим доступа: <https://accountablejournalism.org/> (дата обращения: 29.10.2021).

обрела новые функции и возможности. Цифровое пространство характеризуется присутствием огромного количества новых типов авторов, которые не являются профессиональными журналистами, при этом обретают широкую аудиторию²⁸⁵. Социальные сети позволяют информации распространяться без редакционной проверки, при этом отдельный пользователь способен охватить столько же читателей, сколько и крупные медиа²⁸⁶.

С другой стороны в условиях повышенной конкуренции с новыми типами авторов профессиональные журналисты сталкиваются с новыми задачами применения классических профессиональных стандартов. Работа журналистов в смешанной медиасреде, включающей как традиционные, так и цифровые форматы, потенциально приводит к деформации профессионального сознания авторов и распространителей информации, разрушению этических границ²⁸⁷. Активный процесс цифровизации бросает вызов классическим основам профессиональной этики журналиста, некогда представлявшей собой относительно однородный набор правил и норм²⁸⁸. Прежде всего это связано с тем, что цифровая журналистика больше не ограничивается онлайн-журналистикой, но также включает цифровую фотожурналистику, блоги, социальные сети, пользовательский контент²⁸⁹.

Зарубежные и отечественные исследователи отмечают, что цифровая медиасреда, характеризующаяся интерактивностью, гипертекстуальностью и

²⁸⁵ Ward, S. (2011). *Ethics and the Media: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press; Панкеев И. А. Этика журналиста: реальность или фикция? // МедиаАльманах. 2015. № 2. С. 42–48.

²⁸⁶ Allcott, H., Gentzkow, M. (2017) Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31, 1–28.

²⁸⁷ Ess, C. (2020). *Digital Media Ethics*. 3rd edition. Polity. Cambridge: Polity Press.

²⁸⁸ Ward, S. (2011). *Ethics and the Media: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

²⁸⁹ Вартанова Е. Л. Цифровая журналистика как новое поле академических исследований // МедиаАльманах, 2021. № 6(107). С. 8–14.

мультимедийностью, ставит перед журналистами ряд этических дилемм, требующих глубинного переосмысления²⁹⁰:

- Применимы ли существующие кодексы профессиональной этики журналиста для цифрового пространства?
- Несет ли владелец веб-сайта моральную ответственность за публикацию сообщений, включая анонимные комментарии?
- Несет ли владелец веб-сайта моральную ответственность за распространение сторонних ссылок, ведущих на противоправный контент?
- Каковы основные принципы, определяющие качественную журналистику в цифровом пространстве?
- Как журналисты должны использовать информацию, распространяемую в социальных сетях?

Поиск ответов на каждый из данных вопросов становится приоритетной задачей, возникающей перед медиаисследователями, журналистами и профессиональными сообществами. В современных условиях особую значимость представляет разработка новых этических рекомендаций по работе в цифровом пространстве, принимая во внимание новые виды журналистики – гражданскую, предпринимательскую, некоммерческую и др.²⁹¹.

Важнейшими задачами в профессиональном и академическом сообществах становятся введение этических стандартов для всех авторов цифровой среды, поиск новых моделей взаимодействия профессиональных журналистов, медиаменеджеров, представителей ИТ-индустрии и аудитории, достижение новых договоренностей. Необходимость установления комплексного свода правил поведения в интернет-пространстве осознавалась

²⁹⁰ Ward, S. (2011). *Ethics and the Media: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press; Панкеев И. А. Этика журналиста: реальность или фикция? // МедиаАльманах. 2015. № 2. С. 42–48.

²⁹¹ Ward, S. (2011). *Ethics and the Media: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

еще в 1990-х гг., когда в академический и профессиональный терминологический аппараты было введено понятие «нетикет» (от англ. *Net* (сеть) + *Etiquette* (этикет))²⁹². Однако большинство интернет-пользователей долгое время оставались незнакомыми с рекомендациями, либо пренебрегали ими, так как новые нормы поведения в интернет-пространстве не были закреплены ни в одном конвенциональном документе.

Следует отметить, что в российской практике была предпринята попытка обязательной регистрации всех интернет-пользователей с аудиторией свыше 3000 подписчиков²⁹³, однако неоднородность судебной практики, а также неоднозначная реакция профессионального сообщества и гражданского общества доказали недопустимость применения данной инициативы. При этом вопросы установления норм поведения в цифровом пространстве по-прежнему вызывают пристальное внимание среди ученых и профессиональных журналистов²⁹⁴. За последнее десятилетие зарубежные редакции и профессиональные организации существенно обновили положения внутренних редакционных стандартов, издали справочники с рекомендациями по этическому регулированию цифровых медиа²⁹⁵.

Для определения уровня внесения новых правил для журналистов, работающих в цифровой медиасреде, в кодексы профессиональной этики в рамках данной диссертационной работы был проведен контент-анализ текстов профессионально-этических документов, относящихся к профессиональной деятельности журналистов. Выбор метода исследования

²⁹² Shea, V. (1994). *Netiquette*. San Francisco: Albion Books.

²⁹³ Федеральный закон от 5 мая 2014 г. N 97-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70648932/> (дата обращения: 31.03.2021).

²⁹⁴ Sabra, J. (2017). "I Hate When They Do That!" Netiquette in Mourning and Memorialization Among Danish Facebook Users. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(1), 24–40; Zion, L., Craig, D. (2014). *Ethics for Digital Journalism. Emerging Best Practices*. London/New York: Routledge.

²⁹⁵ Eldridge II, S., Franklin, B. (eds.). (2018). *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies* (1st ed.). London: Routledge.

объясняется тем, что профессиональная этика журналиста преимущественно изучается в русле «кодификационной» парадигмы²⁹⁶. Нормы профессиональной этики журналиста прежде всего отражены в кодексах – как международных, так и национальных. Кодекс профессиональной этики – важнейший инструмент саморегулирования медиа, наряду с советами по прессе, а также ньюс-омбудсменами – авторитетными специалистами, обеспечивающими независимую экспертизу материалов в медиапространстве.

Согласно данным *Accountable Journalism*²⁹⁷ – крупнейшей в мире базы данных медиакодексов, в настоящее время официально опубликован 401 кодекс в более чем 200 странах мира, из них 76 документов являются международными (таблица 3).

Таблица 3. Количество опубликованных профессиональных документов, регламентирующих этические стандарты в медиапространстве (2021 г.)

География (по континентам)	Количество документов
Северная Америка	93
Южная Америка	26
Африка	59
Европа	100
Азия	85
Австралия и Океания	38
Итого	401

Источник: *Accountable Journalism*²⁹⁸

²⁹⁶ Хруль В. М. Профессиональная этика журналиста: проблемы кодификационной парадигмы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2012. № 3. С. 132–150.

²⁹⁷ *Accountable Journalism*. Режим доступа: <https://accountablejournalism.org/> (дата обращения: 29.10.2021).

²⁹⁸ *Accountable Journalism*. Режим доступа: <https://accountablejournalism.org/> (дата обращения: 29.10.2021).

Кодификатор контент-аналитического исследования включал в себя такие параметры как:

- 1) год принятия/опубликования документа;
- 2) дата внесения последних поправок;
- 3) масштаб (международный/национальный);
- 4) наличие упоминания терминов «цифровой» (*digital*), «онлайн» (*online*), «Интернет» (*Internet*), «сеть» (*network*);
- 5) наличие этических стандартов деятельности профессиональных журналистов в цифровой медиасреде;
- 6) наличие этических стандартов и рекомендаций деятельности интернет-пользователей – непрофессиональных журналистов.

Результаты исследования продемонстрировали, что из 401 документа только в 51 регламентируется профессиональная деятельность журналиста в цифровой медиасреде. При этом установление этических норм деятельности журналистов в цифровой среде имеет ярко выраженный географический уклон: 43 из 51 документов, содержащих указанные положения, приняты европейскими (Великобритания, Норвегия, Венгрия, Нидерланды, Бельгия, Польша и др.) и североамериканскими (США, Канада) профессиональными организациями.

На основании полученных в ходе проведения исследования данных можно выделить приоритетные направления этического регулирования журналистской деятельности в интернет-пространстве.

Точность и достоверность информации. Наиболее часто встречающимся правилом в изученных документах стало обеспечение точности информации, публикуемой в цифровых медиа. Любая информация, распространяемая в интернет-пространстве профессиональными медиа, должна быть достоверной, беспристрастной, основанной на фактах и полученной из благонадежных источников.

Опровержение информации. Технологические возможности Интернета позволяют редактировать любые новостные материалы, исправлять ошибки,

в том числе связанные с публикацией сведений, содержащих недостоверную информацию или порочащих честь, достоинство и репутацию гражданина. Однако все больше профессиональных ассоциаций признают необходимость использования традиционных способов опровержения информации в цифровых медиа: публикация на главной странице сайта, использование того же шрифта, который был использован при оригинальной публикации, и заголовка «опровержение».

Внимание к сторонним ссылкам. В связи с увеличивающимися информационными потоками для получения объективной и достоверной информации интернет-пользователи по-прежнему обращаются к качественным медиа, функционирующим в традиционных, гибридных или цифровых форматах. В связи с этим цифровые медиа должны проявлять повышенное внимание к публикации пользовательского контента, а также гиперссылок, ведущих на сторонние ресурсы, которые потенциально могут содержать вредоносную информацию.

Соблюдение профессиональной этики журналиста в социальных сетях. Признаком значительных изменений в коммуникационном процессе стало развитие социальных сетей, которые сегодня становятся индикатором цифровой активности населения. В связи с тем, что журналисты становятся лидерами мнений, профессиональными производителями информации, особую важность представляет соблюдение этических принципов в личных аккаунтах журналистов в социальных сетях.

Обеспечение защиты от стороннего преднамеренного вмешательства. Все больше профессиональных журналистских организаций отмечают необходимость обеспечения защиты сайтов интернет-изданий от случайного или преднамеренного несанкционированного вмешательства и кибератак. Добавление положений, связанных с информационной безопасностью, в кодексы профессиональной этики журналиста связано с осознанием редакциями их ответственности перед обществом и стремлением

защитить аудиторию от неправомерной информации, размещенной на сайте издания.

Что касается этических стандартов деятельности интернет-пользователей, которые не являются профессиональными журналистами, то подобные рекомендации содержатся только в 14 изученных документах. В 2020 году Общественная коллегия по жалобам на прессу представила Новомедийный стандарт²⁹⁹, состоящий из семи рекомендуемых правил подхода к отбору и распространению информации. Согласно Новомедийному стандарту, «актор новых медиа не обязан соблюдать таких строгих требований к верификации публикуемой информации, как профессиональный журналист, но должен проводить проверку распространяемой информации в рамках доступных ему возможностей»³⁰⁰. Акторам новых медиа также рекомендуется избегать пропагандистских кампаний, распространения фейковых новостей. Кроме того, документ призывает ссылаться на источники, отделять факты от мнений, заметно и ясно для аудитории исправлять ошибки, своевременно декларировать конфликты интересов, а также маркировать рекламный контент.

Вводя понятие новомедийного стандарта, авторы подчеркивают, что «актор новых медиа – не профессиональный журналист, а потому и требовать от него следования нормам и правилам профессионального поведения журналиста, этическим стандартам, выработанным журналистами и для журналистов, и неправомерно, и нереалистично»³⁰¹. При этом Коллегия

²⁹⁹ Новомедийный стандарт Коллегии по жалобам на прессу. Общественная коллегия по жалобам на прессу. Режим доступа: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/6267-novomedijnyj-standart-kolllegii-po-zhalobam-na-pressu> (дата обращения: 15.12.2021).

³⁰⁰ Новомедийный стандарт Коллегии по жалобам на прессу. Общественная коллегия по жалобам на прессу. Режим доступа: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/6267-novomedijnyj-standart-kolllegii-po-zhalobam-na-pressu> (дата обращения: 15.12.2021).

³⁰¹ Новомедийный стандарт Коллегии по жалобам на прессу. Общественная коллегия по жалобам на прессу. Режим доступа: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/6267-novomedijnyj-standart-kolllegii-po-zhalobam-na-pressu> (дата обращения: 15.12.2021).

отмечает, что данный документ призван сориентировать непрофессионалов в сфере массовой коммуникации.

Следует отметить, что аудитория становится активным участником дискуссий вокруг этического регулирования цифровых медиа, ее роль в формулировании новых профессионально-этических правил и рекомендаций стремительно возрастает. В связи с этим представляется важным обеспечить переход от «закрытой» профессиональной этики (внутренние редакционные принципы и нормы поведения профессиональных журналистов) к «открытой» (этические принципы относятся также к интернет-пользователям)³⁰². Достижение открытой профессиональной этики становится возможным при вовлечении представителей аудитории в процесс обновления этических стандартов, формулировании новых правил. Кроме того, используя интернет-платформы, в частности социальные сети, аудитория способна контролировать процесс обновления положений кодексов, что приводит к повышению медиаграмотности населения с одной стороны и обеспечению прозрачности деятельности профессиональных организаций, росту подотчетности медиа перед обществом – с другой.

3.2. Перспективы развития отечественных институтов саморегулирования в сфере медиа³⁰³

Правовую основу саморегулирования в России составляет Федеральный закон «О саморегулируемых организациях», в соответствии под саморегулированием понимается «самостоятельная и инициативная деятельность, которая осуществляется субъектами предпринимательской или профессиональной деятельности и содержанием которой являются

³⁰² Ward, S. (2011). *Ethics and the Media: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

³⁰³ Параграф базируется на материалах статьи, в которой, согласно «Положению о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова», отражены основные результаты, положения и выводы исследования: Гуреева А. Н., Самородова Э. В. Медиарегулирование в России: изменения медиаполитики в условиях трансформации общественных практик // Медиаскоп. 2019. Вып. 4.

разработка и установление стандартов и правил указанной деятельности, а также контроль за соблюдением требований указанных стандартов и правил»³⁰⁴. Согласно закону, саморегулируемыми организациями являются некоммерческие организации, основанные на членстве, и в которой состоят более 25 субъектов предпринимательской деятельности или более 100 субъектов профессиональной деятельности конкретного вида³⁰⁵.

Органом саморегулирования в сфере массовой информации традиционно признается независимое и профессиональное журналистское объединение, представляющее интересы гражданского общества, и уполномоченное рассматривать информационные споры, связанные с нарушением принципов профессиональной этики журналиста. Внутри органа саморегулирования медиа традиционно функционирует специальный независимый совет, осуществляющий контроль над соблюдением кодекса профессиональной этики журналиста и уполномоченный рассматривать жалобы на редакции или отдельных журналистов, нарушивших его нормы³⁰⁶. Совет формируется из представителей профессиональной организации, ведущих исследователей, общественных деятелей и юристов. В целях обеспечения общества качественной и достоверной информацией, формирования положительной репутации журналистов и редакций, независимые советы ведут деятельность по рассмотрению обращений и жалоб, принимают объективные решения на основании саморегулирующего акта, определяют нарушения профессиональных стандартов журналистами и средствами массовой информации.

По сравнению с законодательным регулированием медийное саморегулирование представляет собой более гибкий способ диалогового

³⁰⁴ Федеральный закон от 1 декабря 2007 г. N 315-ФЗ "О саморегулируемых организациях". Режим доступа: <https://base.garant.ru/12157433/> (дата обращения: 12.12.2021).

³⁰⁵ Федеральный закон от 1 декабря 2007 г. N 315-ФЗ "О саморегулируемых организациях". Режим доступа: <https://base.garant.ru/12157433/> (дата обращения: 12.12.2021).

³⁰⁶ Мамонтова О. И. Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом. LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. 200 с.

взаимодействия с субъектами медиапространства³⁰⁷. Саморегулирование медиа призвано обеспечивать редакционную свободу, способствует снижению уровня государственного участия в процессе управления медиа, обеспечивает защиту интересов медиапредприятий. При этом процесс саморегулирования медиа связан с такими характеристиками отдельного государства, как форма правления, закрепление положений о саморегулировании в национальном законодательстве и др.

Международный опыт демонстрирует высокую эффективность саморегулирования в сфере массовых коммуникаций. Деятельность крупнейших международных организаций профессиональных работников средств массовой информации (Международная федерация журналистов, Европейский альянс независимых советов по делам прессы, Сеть организаций медийного саморегулирования) направлена на независимое от государства регулирование редакционного содержания в средствах массовой информации, на разработку и внедрение профессионально-этических стандартов, поддержку качественных, профессиональных СМИ.

Отечественная практика содержит вполне богатый исторический опыт применения механизмов саморегулирования медиа. Формирование системы саморегулирования в России во многом обусловлено стремительной концентрацией медиа, их соединением с крупным финансовым капиталом, что допустило возможность управления информацией и манипулирования общественным мнением монополиями. Так, в условиях становления экономической независимости средств массовой информации на рубеже 1992–1993 гг. начался процесс формирования системы саморегулирования медиа. С того времени в России сформировались три ключевых самостоятельных механизма: государственно-общественные системы саморегулирования, профессиональные организации как

³⁰⁷ Кумылганова И. Журналистское саморегулирование в России и мире: работа на опережение / Журналист. Режим доступа: <https://jrnlst.ru/self-regulation> (дата обращения: 19.11.2021).

внутрикорпоративные системы саморегулирования, независимые общественные организации.

Государственно-общественные системы саморегулирования получили активное развитие в 1990-е гг., когда для разрешения наиболее сложных споров, вызванных несоблюдением журналистами или редакциями СМИ требований законодательства, предъявляемых к освещению избирательной кампании в средствах массовой информации был учрежден Третейский информационный суд при Президенте РФ (действовал в 1993 году).

В 1998 году по образу третейского суда было создано Большое жюри Союза журналистов России – независимая организация, деятельность которой направлена на рассмотрение информационных споров, связанных с нарушением профессиональной этики в средствах массовой информации, а также конфликтов нравственно-этического характера в журналистской среде.

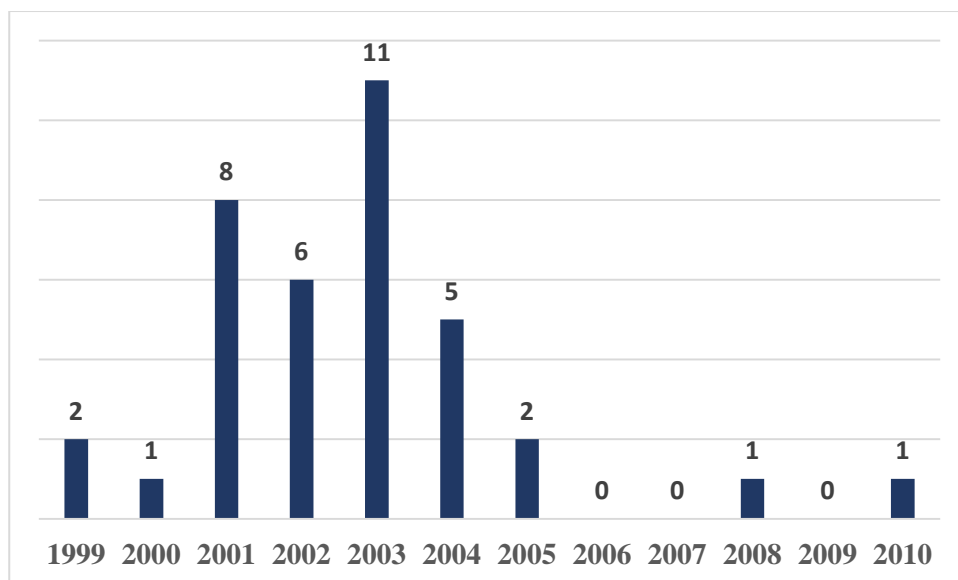
С 1998 года по настоящее время Большим жюри Союза журналистов России³⁰⁸ было рассмотрено 47 информационных споров (Рисунок 6). Последнее решение было принято в 2010 году (при этом Большое жюри Союза журналистов официально не упразднено, так как по-прежнему признание юрисдикции Большого жюри необходимо для получения международного статуса журналиста).

При этом характер обращений в Большое жюри Союза журналистов носит несколько разнородный характер. Наряду с обращениями, связанными с несоблюдением этических норм, в период с 2000 по 2003 гг. наблюдались жалобы на опубликованные в СМИ материалы экстремистского характера, на несоблюдение учредительного договора, на указание заведомо неверных выходных данных в печатных изданиях. Необходимо признать, что на рубеже XX и XXI веков законодательство Российской Федерации в сфере средств массовой информации находилось все еще на начальном этапе и

³⁰⁸ Решения Большого жюри Союза журналистов России. Режим доступа: <https://presscouncil.ru/praktika/kejsy-partnerov/resheniya-bolshogo-zhyuri-soyuza-zhurnalistov-rossii> (дата обращения: 15.02.2021).

последовательно дополнялось новыми положениями. В этой связи можно предположить, что сокращение числа обращений и жалоб в Большое жюри Союза журналистов может быть связано с развитием нормативно-правовой базы в сфере медиа, а также с тем, что компетенцию и юрисдикцию Большого жюри как негосударственного органа могут признавать не все субъекты медиа, поскольку решения, вынесенные Большим жюри, носят исключительно рекомендательный характер.

Рисунок 6. Решения Большого жюри Союза журналистов России.



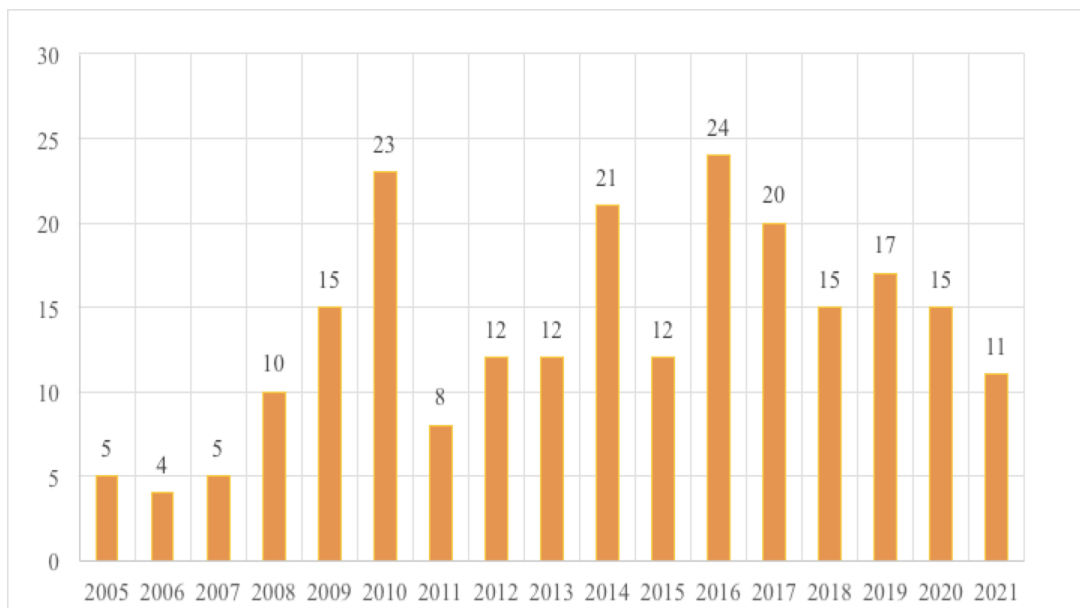
Источник: Союз журналистов России

В 2005 году была создана Общественная Коллегия по жалобам на прессу – независимая организация, призванная обеспечить профессиональное и эффективное внесудебное разрешение информационных споров. Структурно Коллегия состоит из палаты медиасообщества (25 членов – представители Союза журналистов России, крупнейших средств массовой информации России, а также индустриальных организаций в сфере медиа) и палаты медиааудитории (25 членов – представители научно-образовательных организаций, общероссийских общественных организаций, адвокаты и др.).

Основным направлением деятельности Коллегии является формирование культуры честной, профессиональной и объективной журналистики, поддержка свободы массовой информации, обеспечение информационной открытости государства, повышение уровня доверия аудитории к средствам массовой информации.

В период с 2005 по 2021 гг. Общественная Коллегия по жалобам на прессу приняла решения в отношении 229 обращений (Рисунок 7).

Рисунок 7. Решения Общественной коллегии по жалобам на прессу.



Источник: Общественная коллегия по жалобам на прессу

Необходимо отметить, что процесс рассмотрения жалоб предполагает участие не только членов Коллегии, но и привлечение экспертов из других отраслей, способных выразить экспертное мнение по ситуации. Руководствуясь не только международными и отечественными, но и национальными кодексами профессиональной этики журналиста других государств, а также принимая во внимание зарубежный опыт рассмотрения жалоб, Общественная Коллегия по жалобам на прессу принимает обоснованные и взвешенные решения в отношении каждого обращения.

Однако основной проблемой остается рекомендательный характер данных решений, которые журналисты и редакции могут игнорировать.

При этом постоянное функционирование независимой структуры гражданского общества, которое беспристрастно может рассмотреть случаи нарушения профессиональных этических стандартов и вынести объективное решение, основанное на опыте и профессионализме его членов, является необходимым условием устойчивого развития медийного саморегулирования в том или ином государстве.

В России профессиональные журналистские организации представляют интересы медиаиндустрии и аудитории, их деятельность направлена на обеспечение условий для устойчивого развития национальной медиасистемы. Кроме того, инициативная деятельность профессиональных журналистских организаций способствует развитию саморегулирования и совершенствованию национальной медиapolитики.

Важнейшим направлением взаимодействия профессиональных организаций и государства в рамках медиapolитики становятся их консолидированные усилия по развитию нормативно-правовой базы. В последнее десятилетие все больше законопроектов вносятся в Государственную Думу по инициативе профессиональных и индустриальных организаций. Наиболее ярким примером эффективного взаимодействия стало принятие *закона о защите журналистов в горячих точках*³⁰⁹ в 2018 г., устанавливающего гарантии для журналистов, работающих в районах боевых действий, вооруженных конфликтов и в иных опасных условиях. Теперь для командировки журналиста в горячие точки необходимо его письменное согласие, а также предоставление средств индивидуальной защиты с опознавательным знаком «Пресса» (*Press*). В случае гибели журналиста предусмотрена компенсация семье в размере не менее 2 млн руб. Важно

³⁰⁹ Федеральный закон от 27 декабря 2018 г. N 534-ФЗ "О внесении изменения в Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации". Режим доступа: <https://base.garant.ru/72139626/> (дата обращения: 15.02.2021).

отметить, что инициатива принятия данного закона была проявлена еще в 2014 году профессиональным журналистским сообществом, после чего на протяжении долгого времени велось коллегиальное обсуждение. Председатель Союза Журналистов России Владимир Соловьев отметил, что разработка закона была сложным процессом, к участию в котором привлекались военные корреспонденты³¹⁰.

Еще одним важным условием развития медиаполитики на уровне саморегулирования становится деятельность индустриальных организаций (Союза предприятий печатной индустрии, Национальной ассоциации телерадиовещателей, Ассоциации коммуникативных агентств России, Альянса руководителей региональных СМИ, Российской ассоциации по связям с общественностью и др.), направленная на отстаивание интересов бизнес-сообщества, объединение руководителей крупнейших медиапредприятий.

Таким образом, основной проблемой медийного саморегулирования на современном этапе остается вопрос соразмерности ответственности нарушению. Основными мерами ответственности выступают опровержение, размещенное в медиа, исключение журналиста из профессиональной организации, включение журналиста в списки нарушителей.

Необходимо признать, что в России долгое время наблюдался невысокий уровень доверия к журналистике³¹¹, что связано с частыми нарушениями профессионально-этических норм в медиaprостранстве. В настоящее время требуется комплексное, соответствующее времени обновление отечественных профессионально-этических документов (Кодекса профессиональной этики российского журналиста 1994 года, Хартии телерадиовещателей 1999 года и др.), что необходимо для достижения

³¹⁰ В России вступил в силу закон о защите журналистов в горячих точках / ТАСС. Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/6828700> (дата обращения: 15.02.2021).

³¹¹ Доверие российским СМИ / ФОМ. Режим доступа: <https://fom.ru/SMI-i-internet/12140> (дата обращения: 17.12.2020).

высокого уровня функционирования профессиональных организаций и устойчивого развития саморегулирования в России.

Кроме того, в целях реализации саморегулирования необходимо достижение эффективного взаимодействия государства и профессионального сообщества, направленного на принятие конкретных решений по обновлению российского законодательства в сфере медиа, в частности направленного на защиту профессиональных прав журналиста и обеспечение стабильных условий для развития медиасистемы.

3.3. Формирование цифровой и медиаграмотности населения³¹²

Помимо основной деятельности по рассмотрению информационных споров, органы саморегулирования в сфере медиа в последнее десятилетие проводят медиаобразовательную работу как с членами региональных отделов, так и с населением. Взаимодействие с аудиторией, обеспечение обратной связи и реализация общественных запросов становится важнейшим направлением саморегулирования в большинстве стран мира. Все больше институтов саморегулирования ежегодно внедряет новые медиаобразовательные программы, направленные на повышение новых навыков и компетенций граждан, обеспечение комфортного использования цифровых ресурсов.

В ходе научного изучения коммуникационного процесса американский политолог Гарольд Лассуэлл³¹³ отмечал, что серьезной проблемой эффективной коммуникации является отсутствие у людей необходимых знаний и компетенций, что приводит к неверной интерпретации информации. Концепция медиаграмотности, возникшая в середине XX в. в развитых

³¹² Параграф базируется на материалах статьи, в которой, согласно «Положению о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова», отражены основные результаты, положения и выводы исследования: Вартанова Е. Л., Вихрова О. Ю., Самородова Э. В. Медиаграмотность как условие преодоления цифрового неравенства в Российской Федерации // Медиаскоп. 2021. Вып. 1.

³¹³ Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // Назаров М. М. (ред.) Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2003.

странах вследствие распространения и роста популярности кино и телевидения, а также осознания необходимости внедрения новых образовательных программ для их понимания и критического отношения к ним, на протяжении нескольких десятилетий трансформировалась и обрела новые смыслы³¹⁴. Использование термина «медиаграмотность» в зарубежных исследованиях наблюдается с 1970 г., однако долгое время он сосуществовал рядом с такими понятиями, как функциональная, аудиовизуальная и информационная грамотность³¹⁵. Понятие «информационной грамотности» прочно вошло в академический дискурс в 1970-х гг., когда зарубежные исследователи впервые отметили исключительную важность освоения человеком нового набора навыков, включающих способность распознавания и использования информации³¹⁶.

В 1989 г. Ассоциация американских библиотек определила базовые компетенции информационно грамотного человека: умение находить, оценивать, распознавать и эффективно использовать информацию, необходимую для выполнения любой задачи или принятия любого решения³¹⁷. Эти навыки впоследствии были закреплены и в ряде авторитетных международных документов: Пражской декларации «К информационно грамотному обществу» (2003 г.)³¹⁸, «Александрийской

³¹⁴ Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог, 2004. 340 с.; Лапин Д. А. Медиаобразование школьников в России: от протоформатов к консенсуальному подходу // МедиаАльманах. 2020. № 6. С. 22–31.

³¹⁵ Houk, A., Bogart, C. (1974). *Media Literacy: Thinking About*. Dayton, Ohio: Pflaum/Standart.

³¹⁶ Burchinal, L.G. (1976). *The Communication Revolution: America's Third Century Challenge*. College Station, TX: A&M University Library.

³¹⁷ Evaluating Information: Information Literacy. Режим доступа: <https://libguides.ala.org/InformationEvaluation/Infolit> (дата обращения: 10.08.2020).

³¹⁸ The Prague Declaration "Towards an Information Literate Society" (2003). Режим доступа: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/PragueDeclaration.pdf> (дата обращения: 10.08.2020).

декларации об информационной грамотности и образовании» (2005 г.)³¹⁹, «Фесской декларации о медиа и информационной грамотности» (2011 г.)³²⁰.

Однако активный процесс цифровизации медиaprостранства и возникновение новых видов медиа обусловили необходимость освоения человеком новых компетенций, способных не только предоставить ему доступ к информационным материалам, но и помочь ему создавать виды и форматы цифрового медиаконтента, необходимые в профессиональной и личной деятельности, а также защитить его от возможных рисков цифрового информационно-коммуникационного пространства. В 1997 г. Пол Гилстер предложил новый термин «цифровая грамотность», подразумевающий навык критического восприятия и анализа информации, полученной при помощи компьютерных технологий. Впоследствии данное понятие приобрело новые смыслы и было сформулировано в академическом сообществе как осмысленное использование человеком цифровых технологий в качестве инструмента доступа, интеграции и синтеза информационных ресурсов, получения знаний и коммуникации³²¹.

На профессиональном уровне понятия медиаграмотности и информационной грамотности на протяжении многих лет рассматривались независимо друг от друга, однако ключевыми связующими их элементами выступали компьютерная грамотность и технологические навыки. Но в 2007 г. международные организации ЮНЕСКО и ИФЛА (Международная ассоциация библиотечных и информационных учреждений и ассоциаций) предложили интегрировать данные понятия, а также использовать их в дальнейшем исключительно как «медиа и информационная грамотность». Данное объединенное понятие должно охватывать все компетенции, включая

³¹⁹ The Alexandria Proclamation on Information Literacy and Lifelong Learning (2005). Режим доступа: <https://www.ifla.org/publications/beacons-of-the-information-society-the-alexandria-proclamation-on-information-literacy> (дата обращения: 10.08.2020).

³²⁰ Fez Declaration On Media And Information Literacy. Режим доступа: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/Fez%20Declaration.pdf> (дата обращения: 10.08.2020).

³²¹ Kress, G. (2003). *Literacy in the New Media Age*. London: Routledge.

цифровую и технологическую грамотности. Согласно Рекомендациям ИФЛА по медиа- и информационной грамотности, она не только является «фундаментальным правом человека в постоянно развивающемся цифровом, взаимосвязанном глобальном мире», но и признается важнейшим условием «сокращения информационного (цифрового) разрыва»³²².

В российском профессиональном сообществе основным документом является Московская декларация о медиа- и информационной грамотности, утвержденная по результатам международной конференции «Медиа- и информационная грамотность в обществах знания», состоявшейся в Москве в 2012 г. Согласно документу, под медиа- и информационной грамотностью понимается «совокупность знаний, установок, умений и навыков, которые позволяют получать доступ к информации и знаниям, анализировать, оценивать, использовать, создавать и распространять их с максимальной продуктивностью в соответствии с законодательными и этическими нормами и с соблюдением прав человека»³²³.

Согласно ЮНЕСКО, формирование медиаграмотности подразумевает развитие осведомленности обо всех видах информационных ресурсов, включая как печатные документы и аудиовизуальные материалы, так и новые цифровые формы, а также умение их читать и понимать³²⁴.

Основываясь на официальных документах международных профессиональных организаций, а также на отечественных и зарубежных исследованиях, можно выделить несколько групп компетенций, формирующих медиа- и информационную грамотность. Это:

1) поисковые навыки: навыки верного формулирования информационного запроса, навыки оперативного поиска информации;

³²² Рекомендации ИФЛА по медийной и информационной грамотности. Режим доступа: <https://ifap.ru/ofdocs/ifla/ifla16.pdf> (дата обращения: 10.08.2020).

³²³ Московская декларация о медиа- и информационной грамотности. Режим доступа: http://ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Moscow_Declaration_on_MIL_rus.pdf (дата обращения: 10.08.2020).

³²⁴ Media and information literacy: policy and strategy guidelines – UNESCO. Режим доступа: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606> (дата обращения: 10.08.2020).

2) ориентация в информационном пространстве: знание ключевых ресурсов, работа с любыми источниками информации (устные, письменные, аналоговые, электронные, цифровые);

3) аналитические навыки: способность анализировать информацию, критическое мышление, осмысление и интерпретация информации,

4) информационная безопасность³²⁵.

Актуальные тенденции медиапространства, обусловленные постоянным обновлением технологических платформ, инструментов и ростом объема доступного пользователям контента и услуг, требуют формирования более современных навыков медиаграмотности и информационной грамотности. В пособии ЮНЕСКО «Медиа и информационная грамотность в журналистике» идет речь и о таких компетенциях, как цифровой этикет, защита конфиденциальности, развитие навыков критического мышления и решения проблем посредством компьютерных игр, а также взаимодействие с искусственным интеллектом. Важно отметить, что вопросы повышения медиаграмотности становятся особенно актуальными в связи с глобальной проблемой распространения недостоверной информации, важность которой увеличивается в контексте текущих общественно-политических процессов распространения фейковых новостей и пандемии. Так, в ноябре 2020 г. ЮНЕСКО опубликовала Сеульскую декларацию о медиа- и информационной грамотности, в которой ввела новый термин «дезинфодемия», образованный от слов «дезинформация» и «пандемия». В документе обозначаются механизмы защиты от распространения ложной информации в условиях пандемии

³²⁵ Ellner, D. (2001). New Technologies/New Literacies: Reconstructing Education for the New Millennium. *International Journal of Technology and Design Education*, 11, 67–81; Гендина Н. И. Информационная культура и медиаграмотность в России // Знание. Понимание. Умение, 2013. № 4. С. 77–83.

коронавирусной инфекции, рекомендуемые для использования государственными и общественными структурами³²⁶.

Несмотря на безусловное осознание важности вопросов повышения уровня медиаграмотности и информационной грамотности населения как на международном, так и на национальном уровнях, а также на другие многочисленные усилия, предпринимаемые разными странами по сокращению и преодолению цифрового неравенства, все же приходится констатировать сохранение ее значительного уровня. Учитывая необходимость не только обеспечить доступ к технологической инфраструктуре, но и сформировать у российских пользователей навыки использования Интернета в целях полной гражданской, профессиональной и личностной самореализации, вопросы повышения медиаграмотности становятся неразрывно связаны с преодолением цифрового неравенства.

Вопросы формирования новых видов навыков и компетенций у населения получают широкое обсуждение в контексте противодействия фейковым новостям. Международная федерация библиотечных ассоциаций и учреждений (ИФЛА) в заявлении о фейковых новостях призвала правительства «воздерживаться от принятия законов, которые могут оказать несоразмерное влияние на свободу доступа к информации и свободу выражения мнений, в частности посредством широких или расплывчатых «запретов» на «фейковые новости» или других ограничений доступа к цифровым ресурсам и Интернету», а также «убедиться, что регулирование интернет-платформы не создает стимулов для необоснованного ограничения свободы слова»³²⁷. Вместо этого ИФЛА предлагает активное развитие

³²⁶ Seoul Declaration on Media and Information Literacy for Everyone and by Everyone: A Defence against Disinfodemics. Режим доступа: https://en.unesco.org/sites/default/files/seoul_declaration_mil_disinfodemic_en.pdf (дата обращения: 17.12.2020).

³²⁷ Заявление ИФЛА о фейковых новостях / ИФЛА. Режим доступа: <https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/faife/statements/ifla-statement-on-fake-news-ru.pdf> (дата обращения: 20.12.2020).

цифровой грамотности, являющейся альтернативой законодательному регулированию и стимулом развития информационного общества³²⁸.

Проблемы различения фейковых новостей возрастают вследствие стремительного технологического развития, поэтому цифровое образование не ограничивается вопросами медиаграмотности, а требует комплексного изучения средств и методов информатики и цифровых технологий³²⁹. Академические исследования доказывают, что совершенствование цифровых компетенций пользователей, развитие аналитических способностей благоприятно влияют на способность человека воспринимать и оценивать потребляемую информацию³³⁰.

Цифровая грамотность, под которой подразумевается формирование у аудитории информационно-аналитических навыков пользования цифровыми медиа и конструктивного критического мышления, – это отдельный инструмент, дополнительное вмешательство в процесс регулирования фейковых новостей, реализуемое при помощи новых инициатив – как государственных (повышение цифровой грамотности населения входит в стратегические документы развития информационного общества), так и осуществляемых профессиональными сообществами и интернет-платформами. Если обратиться к мировому рейтингу цифровой конкурентоспособности³³¹, оценивающему потенциал государств по отношению к внедрению и изучению цифровых технологий для экономических и социальных преобразований, то можно проследить тенденцию, что государства, занимающие лидирующие позиции в данном

³²⁸ IFLA Statement on Digital Literacy, 18 August 2017 / *IFLA*. Режим доступа: <https://repository.ifla.org/handle/123456789/1283> (дата обращения: 20.12.2020).

³²⁹ Digital Education Is More Than Just Media Literacy. *Avenir Suisse*. Режим доступа: <https://www.avenir-suisse.ch/en/digital-education-is-more-than-just-media-literacy/> (дата обращения: 20.12.2020).

³³⁰ Roozenbeek J., Schneider C.R., Dryhurst S., Kerr J. at al. (2020) Susceptibility to Misinformation about COVID-19 Around the World. Режим доступа: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33204475/> (дата обращения: 21.12.2020).

³³¹ World Digital Competitiveness Ranking. Режим доступа: <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness/> (дата обращения: 15.10.2021).

рейтинге, применяют традиционные законодательные меры крайне редко. С одной стороны, это связано со сложной природой фейковых новостей и трудностями в процессе их регулирования. С другой – высокий уровень цифрового развития позволяет правительствам эффективно использовать иные меры борьбы с фальсификацией новостей, преимущественно развитие цифровой и медиаграмотности. Восемь из десяти стран-лидеров мирового рейтинга цифровой конкурентоспособности (США, Швеция, Дания, Сингапур, Швейцария, Нидерланды, Тайвань и Норвегия) реализуют официальные программы по развитию цифровых компетенций граждан и повышению критической медиаграмотности, в результате освоения которых интернет-пользователи обретают навыки самостоятельной оценки потребляемой информации. В описаниях зарубежных программ по развитию цифровой и медиаграмотности неоднократно подчеркивается, что создание данных инициатив является ответом правительства на происходящие общественные вызовы. Кроме того, большинство программ направлены на цифровое и медиаобразование молодого поколения, для которого Интернет стал естественной средой для общения и выражения мнений³³².

Что касается российского опыта, то повышение информационной и цифровой грамотности населения становится одним из приоритетных направлений реализации государственной информационной политики, что закреплено в Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы³³³, государственной программе

³³² Гуреева А.Н., Дунас Д. В., Муронец О.В. Социальные медиа и политика: к вопросу о переосмыслении природы политического участия молодежи // Медиаскоп. 2020. Вып. 3; Тулупов В.В., Жилавская И.В. Медиаобразование: парадигмальный подход // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. 2019. № 4. С. 36–40.

³³³ Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы". Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 15.03.2021).

«Информационное общество»³³⁴, дорожной карте «Развитие отрасли информационных технологий»³³⁵.

В настоящее время в России реализуется ряд федеральных программ, ориентированных на развитие цифровых навыков и компетенций пользователей, а также направленных на формирование способности самостоятельно распознавать недостоверную информацию. Целью национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», реализуемой в рамках федерального проекта «Кадры для цифровой экономики», стало «содействие гражданам в освоении ключевых компетенций цифровой экономики, обеспечение массовой цифровой грамотности и персонализации образования»³³⁶. В ходе программы был представлен ряд образовательных проектов, направленных на определение уровня цифровой грамотности, а также обучение безопасной работе с новыми цифровыми технологиями как для представителей приоритетных сфер общественной жизни, заинтересованных в цифровом развитии (проект *CDO*), так и для всех граждан, независимо от их уровня цифровых компетенций (проект «Готов к цифре»).

Кроме того, в рамках национальной программы «Цифровая экономика в Российской Федерации» с 2019 г. ежегодно во всех регионах РФ проводится образовательная акция «Цифровой диктант», цель которой заключается в проведении онлайн-тестирования российских граждан следующих возрастных категорий: 7-13 лет (дети), 14-17 лет (подростки), 18-59 лет (взрослые), 60 лет и старше (люди старшего возраста). В 2019 г. среднее значение уровня цифровой грамотности участников акции составило

³³⁴ Государственная программа "Информационное общество". Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/825/events/> (дата обращения: 15.03.2021).

³³⁵ Распоряжение Правительства РФ от 30 декабря 2013 г. N 2602-р "Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") "Развитие отрасли информационных технологий". Режим доступа: <https://base.garant.ru/70555876/> (дата обращения: 15.03.2021).

³³⁶ Кадры для цифровой экономики / Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/866/> (дата обращения: 30.09.2021).

71,5%, в 2020 г. – 72,5%, в 2021 г. – 69%³³⁷. Необходимо отметить, что массовый переход бизнеса на дистанционную работу в условиях пандемии коронавирусной инфекции стал катализатором освоения новых цифровых навыков. Согласно исследованию цифровой грамотности, проведенному аналитическим центром НАФИ, в результате перехода большинства организаций на удаленную работу уровень цифровых компетенций россиян вырос: за год «сократилась доля людей с начальным уровнем цифровой грамотности (с 7% до 4%), выросла доля россиян с базовым уровнем цифровой грамотности (с 66% до 70%), при этом доля россиян с продвинутым уровнем цифровых компетенций не увеличилась»³³⁸.

Выводы к главе 3.

В третьей главе данного исследования были представлены оригинальные результаты анализа международных и национальных кодексов профессиональной этики журналиста, которые позволили определить текущее состояние профессионально-этических основ журналистской деятельности в условиях цифровизации медиапространства и выявить приоритетные направления этического регулирования журналистской деятельности в интернет-пространстве.

Кроме того, была аргументирована необходимость деятельности профессиональных организаций как ключевых акторов саморегулирования в сфере медиа. Несмотря на недостатки, саморегулирование как форма медиаполитики обладает рядом значимых преимуществ. Развитие саморегулирования в сфере медиа с одной стороны способствует снижению количества судебных разбирательств в сфере медиа и информационных

³³⁷ В «Цифровом Диктанте 2021» приняли участие почти миллиона человек. Режим доступа: <https://news.microsoft.com/ru-ru/digitaldictation2021results/> (дата обращения: 12.10.2021).

³³⁸ Вынужденная цифровизация: исследование цифровой грамотности россиян в 2021 году // НАФИ. Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/vynuzhdennaya-tsifrovizatsiya-issledovanie-tsifrovoy-gramotnosti-rossiyan-v-2021-godu/> (дата обращения: 12.10.2021).

отношений, а с другой – способствует профессиональному и объективному рассмотрению информационных споров.

В рамках изучения перспектив и направления развития саморегулирования в условиях цифровизации особое значение имеют особенности взаимодействия профессиональных журналистских сообществ с аудиторией в целях развития цифровых навыков и компетенций граждан, осуществления актуальных медиаобразовательных практик, реализации программ медиаграмотности и цифровой грамотности. В условиях возрастающих объемов фейковой информации аудитория еще больше нуждается в обретении новых знаний и навыков, способствующих самостоятельной идентификации достоверной или ложной информации. Поэтому деятельность профессиональных сообществ, объединяющих профессиональных журналистов, руководствующихся международными и национальными этическими стандартами, в данном направлении представляется наиболее эффективной.

Заключение

В проведенном исследовании раскрывается трансформация отечественной медиаполитики в условиях социально-политических, экономических и технологических преобразований в период с 2010 по 2021 гг.

Результаты, полученные в ходе исследования, в первую очередь, содержат теоретико-концептуальные выводы, которые имеют значимость для дальнейшего развития знания о медиаполитике. Анализ теоретических исследований на тему медиаполитики продемонстрировал, что большинство работ, посвященных регулированию медиа преимущественно затрагивают вопросы правового регулирования средств массовой информации, государственной информационной политики и отдельных аспектов саморегулирования СМИ. При этом анализ национальной медиаполитики как комплексной системы политических, законодательных, экономических и культурных мер, направленных на регулирование медиа в целях обеспечения устойчивого развития медиасистемы, представляется актуальным теоретическим подходом к исследованию медиаполитики в зарубежных исследованиях, однако в отечественной науке остается пока недостаточно освещенным. В исследовании предпринято разграничение и формулирование основных понятий для описания различных аспектов медиаполитики применительно к российской практике.

Для изучения отечественной медиаполитики была проанализирована нормативно-правовая база в сфере медиа в России, актуальные редакции кодексов профессиональной этики журналистов, практика профессиональных журналистских сообществ, а также опыт совместной деятельности органов государственной власти и органов саморегулирования в сфере медиа, позволяющие сделать вывод о поступательном развитии медиаполитики в России.

Полученные в результате исследования оригинальные эмпирические данные позволяют определить актуальные тенденции отечественной медиаполитики, а также обозначить перспективы ее развития.

Во-первых, на государственном уровне медиаполитика характеризуется противоречивыми подходами к медиарегулированию. Несмотря на внесение многочисленных поправок в нормативно-правовые акты, формирующие основу законодательной базы в сфере медиа, они по-прежнему в значительной степени применимы к традиционным СМИ. В то же время возникновение новых законов, регулирующих сферу информационных отношений, в том числе деятельность интернет-ресурсов и социальных сетей, сопровождается довольно расплывчатыми подходами государства к их применению. В связи с этим актуализируется необходимость комплексной адаптации правовой системы к новой цифровой среде.

Развитие сетевых технологий и их активная интеграция во все сферы общественной жизни требует соответствующих преобразований в части надзора за деятельностью интернет-ресурсов. Российская практика последнего десятилетия демонстрирует принятие законов, регулирующих распространяемую в Интернете информацию официальных СМИ, однако сегодня еще не сформированы единые нормы и принципы нормативно-правового регулирования общедоступного пользовательского контента, распространяемого в социальных сетях.

Во-вторых, в вопросах регулирования информации, распространяемой в Интернете, представляется необходимым участие ИТ-индустрии. Перед владельцами интернет-ресурсов и социальных сетей возникает задача оперативно реагировать на правонарушения, при этом сохраняя открытость своих площадок. Для государства представляется важным найти механизмы мотивации участия представителей ИТ-индустрии в подобном сотрудничестве, а также обеспечить эффективность коммуникации.

В-третьих, переход от традиционных информационных каналов к цифровым увеличивает уровень и скорость распространения недостоверной

информации. Несмотря на то, что многие государства, включая Российскую Федерацию, все чаще принимают законы, запрещающие распространение заведомо недостоверной информации, применение традиционных правовых мер к фейковым новостям затруднительно, а порой невозможно, что связано с трудностями определения умышленности правонарушения.

В-четвертых, в связи с расширением терминологии, используемой как в медиаиндустрии и профессиональных журналистских сообществах, так и в актуальных академических исследованиях, представляется необходимым обновление терминологической базы российского законодательства в сфере медиа с привлечением представителей профессиональных и индустриальных организаций, ведущих медиапредприятий, а также учёных, осуществляющих фундаментальные исследования в сфере медиа.

Очевидно, что процесс добавления новой профессиональной лексики в законодательные акты может быть осложнен специфическими чертами юридического подстиля официально-делового стиля речи, а также недостаточным пониманием законодателями актуальных тенденций медиа. Однако терминологическое обновление законов, регулирующих медиасферу, сегодня представляется важным во избежание рисков негативного регулирования и несоответствия темпов развития законодательства и происходящих в индустрии и обществе процессов.

В-пятых, новые технологические возможности медиа позволяют интернет-пользователям выражать мнение по значимым общественно-политическим вопросам, вследствие чего возрастает уровень вовлечённости гражданского общества в процесс принятия решений. Актуальной тенденцией медиаполитики на уровне саморегулирования является становление аудитории активным участником дискуссий вокруг этического регулирования цифровых медиа. В связи с этим для профессиональных журналистских сообществ представляется важным обеспечить переход от «закрытой» профессиональной этики (внутренние редакционные принципы и

нормы поведения профессиональных журналистов) к «открытой» (этические принципы относятся также к интернет-пользователям).

Достижение открытой профессиональной этики становится возможным при вовлечении представителей аудитории в процесс обновления этических стандартов, формулировании новых правил. Кроме того, используя интернет-платформы, в частности социальные сети, аудитория способна контролировать процесс обновления положений кодексов, что приводит к повышению медиаграмотности населения с одной стороны и обеспечению прозрачности деятельности профессиональных организаций, росту подотчетности медиа перед обществом – с другой. Таким образом, транслируя в цифровом пространстве свои информационные запросы, аудитория становится новым и важным актором совершенствования медиаполитики.

В-шестых, как зарубежный, так и отечественный опыт медийного саморегулирования демонстрирует применение разнообразных механизмов (кодексы профессиональной этики журналиста, советы по прессе, ньюс-омбудсмены), однако каждый из них трансформируется в условиях глобализации и цифровизации. В последнее десятилетие возросло число негосударственных акторов управления медиа, усилилась их роль в процессе формирования и реализации медиаполитики, возникли новые задачи формулирования профессиональных требований и этических стандартов для различных субъектов медиакommunikационной среды, их применения для всех форматов и видов журналистской деятельности – как традиционных, так и цифровых.

В-седьмых, в настоящее время актуализируются вопросы непосредственного участия профессиональных журналистских организаций, выступающих органами саморегулирования в сфере медиа и трансляторами общественных запросов, а также профильных индустриальных организаций, представляющих интересы медиаиндустрии, в принятии поправок в отраслевое законодательство. В отечественной практике в исследуемый

период наблюдались случаи инициирования профессиональными журналистскими сообществами обновления нормативно-правовой базы в сфере медиа в целях закрепления правовых норм по защите профессиональных журналистов. Консолидированные усилия органов государственной власти и органов саморегулирования в сфере медиа были рассмотрены в рамках данного исследования как сорегулирование в сфере медиа и представляются наиболее эффективным способом повышения информационной открытости органов государственной власти и совершенствования отраслевого законодательства. Однако сорегулирование в сфере медиа в России обладает неоднородным характером, в связи с чем представляется важным рассмотрение возможности официального закрепления соответствующих стандартов на уровне федерального законодательства.

В-восьмых, в настоящее время глобальный дефицит цифровой грамотности становится критической проблемой, приводящей к росту фейковых новостей в Интернете. В связи с этим актуализируется вопрос развития новых компетенций и навыков пользователей в сфере цифровой и медиаграмотности, включая понимание актуальных тенденций цифрового пространства, компьютерную грамотность и навыки информатики, навыки поиска информации, понимание основ информационной безопасности, способность распознавать достоверную или ложную информацию всех видов и форматов. Проведенное исследование демонстрирует, что при противодействии фейковым новостям основополагающую роль играет развитие цифровой грамотности – важного и необходимого компонента цифрового капитала. Поэтому как на государственном уровне, так и на уровне саморегулирования сегодня становится необходимым внедрение практикоориентированных программ цифровой и медиаграмотности, позволяющих населению приобрести новые цифровые знания, навыки и компетенции, необходимые сегодня для безопасного и эффективного использования цифрового медиакоммуникационного пространства.

Таким образом, роль каждого из перечисленных акторов современной медиаполитики не может быть оценена как более или менее значимая. В условиях социально-политических, экономических, технологических и культурных преобразований, произошедших в последнее десятилетие, усиливается необходимость подотчётности медиа не только государству, но и обществу и индустрии. В связи с этим наиболее актуальным исследовательским подходом к изучению медиаполитики представляется многосторонний подход, который требует участия большего числа заинтересованных сторон в процессе медиаполитики.

Список литературы***На русском языке:***

1. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста: Парадоксы развития, поиски, перспективы. М.: Мысль, 1991. 252 с.
2. Агеев А. И., Аверьянов М. А., Евтушенко С. Н., Кочетова Е. Ю. Цифровое общество: архитектура, принципы, видение // Экономические стратегии, 2017. № 1 (143). С. 114–125.
3. Аникина М. Е. Институциональные роли российского журналиста в начале XXI века // Медиаскоп. 2019. Вып. 4.
4. Ачкасова В. А. Мобилизационный потенциал виртуального сетевого пространства // Политическая культура и идеологии, 2021. Т. 17, № 3. С. 246–258.
5. Ачкасова В. А., Корнеева К. В. Репутация и имидж власти. Медиастратегии формирования // Управленческое консультирование, 2017. № 1. С. 159–165.
6. Бабинцев В. П., Шаповал Ж. А. Публичные коммуникации власти и общества в регионе: проблемы и возможности конструктивных изменений // Власть. 2018. Т. 26, № 4. С. 7–15.
7. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2016. 192 с.
8. Барабаш В. В., Чекунова М. А. Дискурсные практики политико-административной медиакоммуникации в интернете // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. Т. 22, № 1. С. 130–140.
9. Батыршин Р. И., Шариков А. В. Изменения в структуре телесмотрения россиян после перехода на цифровое вещание // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2020. Т. 5, № 1. С. 18–33.
10. Бачило И. Л. Информационное право: учебник для академического бакалавриата 5-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2016. 419 с.

11. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество / Арапова Н. П. Информационная политика: в контексте социальной информациологии М.: Изд-во РАГС, 2007. С. 207–211
12. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс, 1986. С. 330–342.
13. Березин В. М. Массовая коммуникация: Сущность, каналы, действия. М.: РИП-холдинг, 2004. 174 с.
14. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Рипол Классик, 2021. 512 с.
15. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рипол Классик, 2020. 256 с.
16. Бодрунова С. С. Медиаполитическое взаимодействие или политическая коммуникация? К вопросу о развитии медиаполитологии в России // Медиаскоп. 2014. Вып. 4.
17. Брагинский М. И. Правовое регулирование информационных отношений в условиях АСУ // Советское государство и право. 1976. № 1. С. 38–46.
18. Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики. СПб.: Алетейя, 2005. 576 с.
19. Быков И. А., Халл Т. Э. Цифровое неравенство и политические предпочтения интернет-пользователей в России // Полис. Политические исследования. 2011. № 5. С. 151–163.
20. Вартанова Е. Л. Коммуникационная политика России: нужен решительный шаг // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2001. № 1. С. 58-74.
21. Вартанова Е. Л. Концептуализация цифрового неравенства: основные этапы // МедиаАльманах. 2018. № 5. С. 8–12.
22. Вартанова Е. Л. Медиаполитика в контексте научных исследований СМИ: российские и зарубежные векторы // Медиаскоп. 2015. Вып. 2.
23. Вартанова Е. Л. Медиаполитика: актуальный академический дискурс // МедиаАльманах. 2019. № 1 (90). С. 8–19.

24. Вартанова Е. Л. Медиасистема в национальном контексте: в продолжение академической дискуссии // МедиаАльманах. 2020. № 4 (99). С. 8–17.
25. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003. 336 с.
26. Вартанова Е. Л. Новые медиа как культурное пространство современного общества // МедиаАльманах. 2015. № 4. С. 8–10.
27. Вартанова Е. Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2012. № 1. С. 7–26.
28. Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013. 280 с.
29. Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 224 с.
30. Вартанова Е. Л. Цифровая журналистика как новое поле академических исследований // МедиаАльманах, 2021. № 6(107). С. 8–14.
31. Вартанова Е. Л. Цифровое телевидение и трансформация медиасистем. О необходимости междисциплинарных подходов к изучению современного ТВ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2011. № 4. С. 6–26.
32. Вартанова Е. Л. Цифровой капитал как гибридный капитал: к вопросу о новых концепциях медиаисследований // МедиаАльманах. 2021. № 4. С. 8–19.
33. Вартанова Е. Л. Цифровой сдвиг российской парадигмы медиарегулирования // МедиаТренды, 2019. № 8 (71). С. 5.
34. Вартанова Е. Л. Человек медийный как результат социального развития? // МедиаАльманах. 2015. № 5 (70). С. 8–11.
35. Вартанова Е. Л., Гладкова А. А. Цифровое неравенство, цифровой капитал, цифровая включенность: динамика теоретических подходов и

политических решений // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 1.

36. Вартанова Е. Л., Гладкова А. А. Цифровой капитал в контексте концепции нематериальных капиталов // Медиаскоп. 2020. Вып. 1.

37. Венгеров А. Б. Право и информация в условиях автоматизации управления. М.: Юридическая литература, 1978. 208 с.

38. Волченко О. В. Динамика цифрового неравенства в России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № 5. С. 163–182.

39. Вырковский А. В., Горбунова А. С., Давлетшина М. И. Новые медиа и политические процессы в постсоветских странах (на примере цветных революций) // Медиаскоп. 2019. Вып. 4.

40. Вырковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход. М.: МедиаМир, 2016. 380 с.

41. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации: учебное пособие. СПб.: Питер, 2011. 288 с.

42. Галкина М. Ю., Лехтисаари К. Прогноз изменения государственного регулирования российских СМИ // Медиаскоп. 2016. Вып. 4.

43. Гендина Н. И. Информационная культура и медиаграмотность в России // Знание. Понимание. Умение, 2013. № 4. С. 77–83.

44. Гидденс Э. Устройство общества. Очерк теории структуризации. М.: Академический портрет, 2018. 528 с.

45. Гиляревский Р. С. Основы информатики: курс лекций. М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2010. 361 с.

46. Гладкова А. А., Асланов И. А. Особенности освещения Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации в федеральных и региональных СМИ // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2020. № 64. С. 290–312.

47. Гладкова А. А., Гарифуллин В. З., Рагнедда М. Модель трех уровней цифрового неравенства: современные возможности и ограничения (на

примере исследования Республики Татарстан) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 4.

48. Горяева Т. М. Политическая цензура в СССР. 1917–1991 гг. / Российская политическая энциклопедия. М.: РОССПЭН, 2002. 400 с.

49. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики. Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2015. 688 с.

50. Гуреева А. Н. Роль медиаактивности российской молодежи в процессе медиатизации политики // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 2. С. 325–334.

51. Гуреева А. Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 192–208.

52. Гуреева А. Н., Кузнецова В. С. Концептуализация феномена медиатизации политики: основные теоретические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10, № 1. С. 191–205.

53. Гуреева А.Н., Дунас Д. В., Муронец О.В. Социальные медиа и политика: к вопросу о переосмыслении природы политического участия молодежи // Медиаскоп. 2020. Вып. 3.

54. Делицын Л. Л. Проблема цифрового неравенства и потенциал развития Интернета в России // Информационные процессы. 2006. № 2. С. 124–130.

55. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. 479 с.

56. Дзялошинский И. М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности. М.: Восток, 1996. 300 с.

57. Довнар Н. Н. Институциональная характеристика правового регулирования СМИ: особенности современного этапа // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2019. № 12. С. 113–120.

58. Дондоков Ц. С., Понуровский Я. А. Цензура печати в Российской империи // Вестник Забайкальского государственного университета. 2011. № 6 (73). С. 18–21.

59. Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и власть в теории установления повестки дня // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук, 2002. Вып. 3. С. 144–168.

60. Еремин А. В. Государственная медиаполитика Российской Федерации в 2008–2010 гг. // МедиаАльманах. 2011. № 5. С. 28–35.

61. Ершов Ю. М. Медиарынок и бизнес: учебно-методический комплекс. Томск: ТГУ, 2011. Режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/record/01006628071> (дата обращения: 14.10.2021).

62. Есин Б. И. История русской журналистики XIX в. М.: Издательство Московского государственного университета, 2008. 304 с.

63. Жирков Г. В. История цензуры в России в XIX–XX вв. М.: Аспект Пресс, 2001. 368 с.

64. Журналистика печатных СМИ / О. В. Смирнова, Е. В. Сивякова, С. М. Эббот и др. М.: Факультет журналистики МГУ, 2013. 80 с.

65. Засурский Я. Н. Информационное общество в России: парадоксы Интернета // Информационное общество. 2003. Вып. 5.

66. Засурский Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2007. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007. 560 с.

67. Землянова Л. М. Журналистика и коммуникастика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. М.: МедиаМир, 2012. 188 с.

68. Землянова Л. М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 1999. № 2. С. 58–69.

69. Зеркаль Д. А. Средства массовой информации как инструмент государственной информационной политики: модели взаимодействия власти

и СМИ // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук, 2016. Т. 16. Вып. 2. С. 94–104.

70. Индустрия российских медиа: цифровое будущее / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, С. С. Смирнов, М.И. Макеенко. М.: МедиаМир, 2017.

71. Интернет-СМИ: теория и практика / А. О. Алексеева, Е. Л. Вартанова, Л. А. Круглова и др. М.: Аспект Пресс, 2010. 348 с.

72. Информационное право: учебник для вузов / М. А. Федотов и др.; под ред. М. А. Федотова. М.: Издательство Юрайт, 2022. 497 с.

73. Информационные вызовы национальной и международной безопасности / И. Ю. Алексеева и др. Под общ. ред. А. В. Федорова, В. Н. Цигичко. – М.: ПИР-Центр, 2001. – 328 с.

74. Иншакова Н. Г., Панкеев И. А. Нарушение норм использования интернет-ресурсов: о плагиате и ошибках цитирования // Научно-техническая информация. Серия 1. Организация и методика информационной работы. 2022. № 3. С. 24–30.

75. Казаков Ю. В. На пути к профессионально правильному: российский медиа-этнос как территория поиска. М.: Центр прикладной этики, 2001. 656 с.

76. Кастельс М. Власть коммуникации: учебное пособие. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.

77. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2000. 608 с.

78. Кожемякин Е. А. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 189 с.

79. Коновченко С. В., Киселев А. Г. Информационная политика в России. М.: Изд-во РАГС, 2004.

80. Короченский А. П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростов. ун-та, 2003.

81. Короченский А. П. Регулятивная роль медиакритики // Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. М.: Галерея, 2004. 400 с.
82. Крейг Р. Теория коммуникации как область знания // Компаративистика III. Альманах сравнительных социогуманитарных исследований. СПб., 2003. С.72–126.
83. Кудрявцев М. А. Право СМИ в современной России: проблемы и перспективы // Законодательство и практика СМИ. 1999. № 3. С. 11–18.
84. Кумылганова И. А. Этические основы информационных коммуникаций: Зарубежные подходы и традиции. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013. 184 с.
85. Кумылганова И. Журналистское саморегулирование в России и мире: работа на опережение / Журналист. Режим доступа: <https://jrnlst.ru/self-regulation> (дата обращения: 19.11.2021).
86. Курбалийя Й. Управление Интернетом. М.: Координационный центр национального домена сети Интернет, 2010. 208 с.
87. Лазаревич А. А. Постиндустриализм в зеркале теории информационного общества // Философия и социальные науки. 2007. № 4. С. 11–17.
88. Лазарсфельд П., Мертон Р. Наркотизирующая дисфункция средств массовой коммуникации // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: хрестоматия / сост. И. Г. Ясавеев. Казань, 2000. С. 186–196.
89. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Изд. Юрайт, 2017. 226 с.
90. Лазутина Г. В., Панкеев И. А. Свойства журналистики как проявление закономерностей // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 6. С. 140–163.
91. Лапин Д. А. Медиаобразование школьников в России: от протоформатов к консенсуальному подходу // МедиаАльманах. 2020. № 6. С. 22–31.

92. Ларина Е. Д., Никонов С. Б., Олейников С. В., Момени М. Проявление цифровизации и глобализации на примере политической системы РФ // Этносоциум, 2011. № 10(160). С. 13–27.

93. Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // Назаров М. М. (ред.) Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2003.

94. Ленин В. И. С чего начать? // Полное собрание сочинений: в 55 т. / В. И. Ленин; Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. 5-е изд. М.: Гос. изд-во полит. лит., 1967. Т. 5. С. 1–13.

95. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.

96. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 256 с.

97. Макеенко М. И., Вырковский А. В. Возможности влияния неинституционализированных производителей развлекательного и познавательного контента на аудиторию // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 5. С. 74–99.

98. МакКуэйл Д. Журналистика и общество: Учебное пособие. М.: Медиамир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. 374 с.

99. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. М.: Изд. Кучково поле, 2018. 464 с.

100. Мамонтова О. И. Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом // дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2011. 205 с.

101. Мамонтова О. И. Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ в России и за рубежом. LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. 200 с.

102. Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. М.: Издательство «Горячая линия-Телеком», 2003. 340 с.

103. Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях. М.: МИФИ, 2003. 388 с.
104. Мартин У. Дж. Информационное общество. М.: ИНИОН, 1989.
105. Медиасистема России: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2020. 424 с.
106. Миллс Ч. Р. Социологическое воображение. М.: Издательский Дом NOTA BENE, 2001. 264 с.
107. Минаева О. Д. История отечественной журналистики. 1917–1945. М.: Аспект Пресс, 2018. 256 с.
108. Минбалеев А. В. Теоретические основания правового регулирования массовых коммуникаций в условиях развития информационного общества: дис. ... д-ра юрид. наук. Челябинск, 2012.
109. Мухаев Р. Т. Медиаполитика. Учебник. М.: Инфра-М. 2020. 401 с.
110. Нисневич Ю. А. Информационная политика России: проблемы и перспективы. М.: Ноосфера, 1999. 176 с.
111. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 352 с.
112. Олеандров В. Л. Многосторонняя дипломатия // Право и управление. XXI век, 2013. № 2(27). С. 69–76.
113. Основы журналистской деятельности / под ред. С. Г. Корконосенко. М.: Юрайт, 2014. 332 с.
114. От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, А. В. Вырковский и др. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019. 208 с.
115. Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019. 246 с.
116. Панкеев И. А. Интеллектуальные права в СМИ: проблема регулирования // Медиаскоп. 2010. Вып. 3.

117. Панкеев И. А. Этика журналиста: реальность или фикция? // МедиаАльманах. 2015. № 2. С. 42–48.
118. Панкеев И. А., Тимофеев А. А. Правовое поле массмедиа: тренды последних лет // МедиаАльманах. 2018. № 2. С. 23–30.
119. Панкеев И. А., Тимофеев А. А. Тенденции государственного регулирования российских СМИ: правовой аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 2. С. 231–246.
120. Попов В. Д. Государственная информационная политика: состояние и проблемы формирования. Массовые информационные процессы в современной России: Очерки / Отв. ред. А. В. Шевченко. М.: Изд-во РАГС, 2002.
121. Попов В. Д. Информациология и информационная политика. М.: Изд-во РАГС, 2001. 116 с.
122. Прохоров Е. П. Государственные СМИ как главный инструмент обеспечения информационной демократии // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2011. № 1. С. 11–20.
123. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М.: Аспект Пресс, 2004. 352 с.
124. Путеводитель по саморегулированию сетевых СМИ / ред. А. Улен и М. Стоун. Вена: Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013. 130 с.
125. Пую А. С., Бодрунова С. С., Литвиненко А. А., Курьшева Ю. В. Медиакратия: современные теории и практики / под ред. С. С. Бодруновой, А. С. Пую. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2013. 352 с.
126. Рассолов И. М. Информационное право: учебник и практикум для вузов. 6-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 415 с.
127. Рассолов И. М. Право и Интернет: теоретические проблемы: дис. ... д-ра юрид. наук. Москва, 2008.

128. Рихтер А. Г. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики: учебное пособие. М.: ЮНЕСКО, 2011. 360 с.
129. Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. М.: Издательство Московского университета, 2002. 352 с.
130. Рихтер А. Г. Свобода массовой информации на постсоветском пространстве. М.: Изд. ВК, 2007. 365 с.
131. Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М.: Вагриус, 1998. 223 с.
132. Смирнов С. С. Банковские структуры на российском рынке СМИ: экономические отношения с медиахолдингами // МедиаАльманах, 2021. № 5. С. 46–51.
133. Смирнов С. С. Особенности развития крупнейших межрегиональных медиахолдингов России // МедиаАльманах. 2020. № 5. С. 93–99.
134. Смирнов С. С. Проблемы антимонопольного регулирования медиарынка в России // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10, № 2. С. 270–284.
135. Смирнов С. С. Феномены медиахолдинг и медиагруппа в России: проблема неопределенности правового статуса // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2020. № 6. С. 23–40.
136. Солдаткина О. Л. Информационно-правовая политика: дефиниция, сущность, субъекты // Вестник Саратовской государственной юридической академии. 2013. № 1(90). С. 216.
137. Средства массовой информации России / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Варганова и др. М.: Аспект Пресс, 2011. 391 с.
138. Судоргин О. А. Информационная политика в информационном обществе: тавтология или смысловой детерминант? // Власть. 2008. № 9. С. 20–25.

139. Сулейманова Ш. С. Медиаполитика в современном российском обществе. М.: Международный издательский центр «Этносоциум», 2013. 142 с.
140. Суходолов А. П., Рачков М. П., Бычкова А. М. Запретительная политика государства в сфере средств массовой информации: анализ законодательства и правоприменительной практики. М.: ИД «Аргументы недели», 2018. 234 с.
141. Сычёв А. М., Ревенков П. В., Дудка А.Б. Безопасность электронного банкинга. М.: Интеллектуальная литература, 2017. 318 с.
142. Тимофеев А. А. Редакционный стандарт как инструмент борьбы с диффамацией и фейками в СМИ // МедиаАльманах. 2019. № 3. С. 122–126.
143. Тимофеев А. А. Синергия и универсальность как новые подходы к образованию в области права СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. № 2. С. 433–437.
144. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2002. 784 с.
145. Тулупов В. В. Журналистика и журналистское образование для XXI века // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8. С. 167–179.
146. Тулупов В.В., Жилавская И.В. Медиаобразование: парадигмальный подход // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. 2019. № 4. С. 36–40.
147. Турен А. От обмена к коммуникации: рождение программированного общества / Гуревич П. С. (отв. ред.) Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс, 1986. С. 229–239.
148. Ульбашев А. Х. Основы медиарегулирования. М.: Инфотропик. 2017. 227 с.
149. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004. 400 с.
150. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог, 2004. 340 с.

151. Федотов М. А. Закон РФ «О средствах массовой информации»: новации, тенденции, перспективы // Государство и право. 2021. № 12 С. 7–23.
152. Федотов М. А. Медийное регулирование и саморегулирование: поиск разумного баланса // Настольная книга по медийному саморегулированию / под ред. М. А. Федотова. М.: Творческий центр ЮНЕСКО, 2009.
153. Федотов М. А. Право массовой информации в Российской Федерации. М.: Международные отношения, 2002. 624 с.
154. Фомичева И. Д. СМИ среди видов социальной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2012. № 1. С. 60–72.
155. Хабермас Ю. Вовлечение другого: очерки политической теории. СПб.: Наука, 2001. 417 с.
156. Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: исследование относительно категории буржуазного общества. М.: Издательство «Весь Мир», 2016. 344 с.
157. Хруль В. М. Профессиональная этика журналиста: проблемы кодификационной парадигмы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2012. № 3. С. 132–150.
158. Чернавин Ю. А. Цифровое общество: теоретические контуры складывающейся парадигмы // Цифровая социология, 2021. Т. 4, № 2. С. 4–12.
159. Черных А. И. Власть демократии – власть медиа? М.: ГУ ВШЭ, 2007. 68 с.
160. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. 592 с.
161. Шерстобитов А. Е. Значение и роль передачи информации в организации договорных связей // Вестник Московского государственного университета. Серия 11. Право. 1983. № 3. С. 68–72.

162. Шкондин М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М.: Пульс, 2002. 120 с.

163. Юзвизин И. И. Основы информациологии: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Информациология; Высшая школа, 2000. 516 с.

На английском языке:

1. Abramson, B. D. (2001). Media policy after regulation? *International Journal of Cultural Studies*, 4(3), 301–326.

2. Allcott, H., Gentzkow, M. (2017) Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31, 1–28.

3. Apuke, O.D., Omar, B. (2021). Fake News and COVID–19: Modelling the Predictors of Fake News Sharing Among Social Media Users. *Telematics and Informatics*, 56, 1–16.

4. Attewell, P. (2001). The first and second digital divides. *Sociology of Education*, 74(3), 252–259.

5. Bardoel, J. (2001). Open Media, Open Society. Rise and Fall of the Dutch Broadcast Model: A Case Study. In Zassourski, Y.N. and Vartanova, E. L. (eds) *Media for the Open Society*. Moscow: Faculty of Journalism/Publisher IKAR.

6. Bardoel, J., d’Haenens, L. (2004). Media Meet the Citizen: Beyond Market Mechanisms and Government Regulations. *European Journal of Communication*, 19(2), 165-194.

7. Baron, S.I., Davis, D.K. (1995). *Mass Communication Theory. Foundation, Fervent and Future*. Belmont: Wadsworth Publishing.

8. Berlin, I. (1958). *Two Concepts of Liberty*. Oxford: Clarendon Press.

9. Bertrand, C.-J. (Ed.). (2000). *Media Ethics and Accountability Systems* (1st ed.). Routledge.

10. Blanchett, N. (2021). Participative Gatekeeping: The Intersection of News, Audience Data, Newswriters, and Economics. *Digital Journalism*, 9, 1–19.

11. Blasi, V. (1977). The Checking Value in First Amendment Theory. *American Bar Foundation Research Journal*, 2(3), 521–649

12. Blumler, J. G. and Coleman, S. (2001). *Realising Democracy Online: A Civic Commons in Cyberspace*. London: Institute of Public Policy Research.
13. Bollinger, L. C. (1986). *The Tolerant Society: Freedom of Speech and Extremist Speech in America*. New York: Oxford University Press.
14. Braman, S. (2011). Defining Information Policy. *Journal of Information Policy*, 1, 1–5.
15. Brüggemann, M. (2005). How the EU Constructs the European public Sphere Seven Strategies of Information Policy. *Javnost/The Public*, 12(2), 57–73.
16. Brummer, J. (1991). *Corporate Responsibility: An Interdisciplinary Analysis*. Westport: Greenwood Press.
17. Burchinal, L.G. (1976). *The Communication Revolution: America's Third Century Challenge*. College Station, TX: A&M University Library.
18. Castells, M. (2009). *The Rise of the Network Society*. 2nd edition. Wiley-Blackwell.
19. Chandler, D., Munday, R. (2011). *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford, UK: Oxford University Press.
20. Cohen, J, Weimann, G. (2000). Cultivation Revisited: Some Genres Have Some Effects on Some Viewers. *Communication Reports*, 13(2), 99–114.
21. Compaine, B. (2001). *The Digital Divide: Facing a Crisis or Creating a Myth?* Cambridge, MA: MIT Press.
22. Deacon, D., Stanyer, J. (2014). Mediatization: key concept or conceptual bandwagon. *Media, Culture & Society*, 36 (7), 1032–1044.
23. Deuze, M. (2003). The Web and Its Journalism: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media and Society*, 5(2), 203–230.
24. Deuze, M. (2012). *Media Life*. Cambridge: Polity Press.
25. Dunas, D., Vartanov, S. (2020). Emerging Digital Media Culture in Russia: Modeling the Media Consumption of Generation Z. *Journal of Multicultural Discourses*, 15(2), 186–203.

26. Eldridge II, S., Franklin, B. (eds.). (2018). *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies* (1st ed.). London: Routledge.
27. Ellner, D. (2001). New Technologies/New Literacies: Reconstructing Education for the New Millennium. *International Journal of Technology and Design Education*, 11, 67–81.
28. Emerson, T. (1970). *The System of Freedom of Expression*. New York: Random House.
29. Ess, C. (2020). *Digital Media Ethics*. 3rd edition. Polity. Cambridge: Polity Press.
30. Feintuck, M., Varney, M. (2006). *Media Regulation, Public Interest and the Law*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
31. Fenton, N. (2009). *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage.
32. Fisher, W. (1988). Reconstructing the Fair Use Doctrine. *Harvard Law Review*, 1661, 1744-1783.
33. Fiss, O. M. (1996). *The Irony of Free Speech*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
34. Flew, T. (2012). The Convergent Media Policy Moment. *Institute for Culture and Society Occasional Paper*, 3(3), 1–18.
35. Fountain, J. (2001). *Building the Virtual State, Information Technology and Institutional Change*. Washington, DC: The Brookings Institution.
36. Freedman, D. (2006). Dynamics Of Power In Contemporary Media Policy-Making. *Media, Culture & Society*, 28(6), 907–923.
37. Freedman, D. (2008). *The politics of media policy*. Cambridge, UK: Polity.
38. Gladkova, A., Argylov, N., & Shkurnikov, M. (2022). The interplay between digital and social inclusion in multiethnic Russian society: An empirical investigation. *European Journal of Communication*, 1–23.
39. Goldsmith, S., Eggers, W. (2004). *Governing by Network, The New Shape of the Public Sector*. Washington DC: Brookings Institution Press.

40. Goldstein, P. (1970). Copyright and the First Amendment. *Columbia Law Review*, 70(6), 983-1057.
41. Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill. 608 p.
42. Hacker, K. and van Dijk, J. (eds). (2000). *Digital Democracy: Issues of Theory and Practice*. London: Sage.
43. Hall, S. (2018). Encoding and Decoding in the Television Discourse [originally 1973; republished 2007]. In Morley, D. (ed.). *Essential Essays, Volume 1: Foundations of Cultural Studies*. New York: Duke University Press. pp. 257–276.
44. Hallin, D., Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
45. Harcup, T. A. (2014). *Dictionary of Journalism*. 1st edition. Oxford: Oxford University Press.
46. Hepp, A., Hajarvard, S., Lundby, K. (2015). Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37 (2), 314–324.
47. Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change. In *Northern Lights. Yearbook of Film & Media Studies*. Bristol: Intellect Press.
48. Hodges, L.W. (1986). Defining Press Responsibility: A Functional Approach. In Elliot, D. (ed.) *Responsible Journalism*. Beverly Hills: SAGE.
49. Hollick, C. (1994). Media Regulation and Democracy. *Index on Censorship*, 23(4-5), 54-58.
50. Houk, A., Bogart, C. (1974). *Media Literacy: Thinking About*. Dayton, Ohio: Pflaum/Standart.
51. Hutchinson, D. (1999). *Media Policy: An Introduction*. Oxford: Wiley-Blackwell.
52. Klapper, J. *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press, 2009. 320 p.

53. Kleinstauber, H. (2004). The Internet between Regulation and Governance. In Möller, C., Amouroux A. (eds) *The Media Freedom Internet Cookbook*. Vienna: OSCE Office of the Representative on Freedom of the Media (pp. 61–75).
54. Kress, G. (2003). *Literacy in the New Media Age*. London: Routledge.
55. Krotz, F. (2009). Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change. In K. Lundby (ed.) *Mediatization: Concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang. pp. 21–40.
56. Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In Bryson, L. (ed.). *The communication of ideas*. New York: Harper and Row. pp. 37–51.
57. Lessig, L. (1999). *Code and Other Laws of Cyberspace*. New York: Basic Books.
58. Litman, J. (1987). Copyright, Compromise, and Legislative History. *Cornell Law Review*, 72, 857–904.
59. Litman, J. (1990). The Public Domain. *Emory Law Journal*, 39, 965-1023.
60. Lunt, P., Livingstone, S. (2012). *Media Regulation Governance and the Interests of Citizens and Consumers*. Los Angeles/London: SAGE.
61. McChesney, R. (1996). The Internet in U.S. Communication Policy Making in Historical and Critical Perspective. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(4).
62. McCombs, M. E., Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
63. McCombs, M., & Stroud, N. J. (2014). Psychology of Agenda-Setting Effects. Mapping the Paths of Information Processing. *Review of Communication Research*, 2, 68–93.
64. McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
65. McQuail, D., Windahl, S. (1994). *Communication Models for the Study of Mass Communications*. London: Routledge, 1994. 238 p.
66. Meiklejohn, A. (1960). *Political Freedom*. New York: Harper and Brothers.

67. Orgeret K. S. (2020). Discussing Emotions in Digital Journalism. *Digital Journalism*, 8(2), 292–297.
68. Picard, R. (1985). *The Press and the Decline of Democracy*. Westport: Greenwood Press.
69. Popper, K. (2008). *After the Open Society: Selected Social and Political Writings*. London/New York: Routledge. 493 p.
70. Quinn, F. (2007). *Law for Journalists*. UK: Pearson Education.
71. Robertson, G., Nicol, A. G. (2002). *Media Law*. London: Sweet&Maxwell.
72. Robinson, P. (2000). The Policy-Media Interaction Model: Measuring Media Power During Humanitarian Crisis. *Journal of Peace Research*, 37(5), 613–633.
73. Rogers, E. M. *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: Free Press, 1997. 592 p.
74. Sabra, J. (2017). “I Hate When They Do That!” Netiquette in Mourning and Memorialization Among Danish Facebook Users. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(1), 24–40.
75. Schwanholz, J., Graham, T., Stoll, P.-T. (2018). *Managing Democracy in the Digital Age. Internet Regulation, Social Media Use, and Online Civic Engagement*. Switzerland: Springer International Publishing AG.
76. Shea, V. (1994). *Netiquette*. San Francisco: Albion Books.
77. Siebert, F. S. (1965). *Freedom of the Press in England, 1476–1776: The Rise and Decline of Government Control*. Urbana: University of Illinois Press.
78. Sunstein, C. R. (1992). *Democracy and the Problem of Free Speech*. New York: Free Press.
79. Trappel, J. (ed.) (2019). *Digital Media Inequalities: Policies Against Divides, Distrust and Discrimination*. Gotenborg: Nordicom.
80. Tumber, H. (1993). Taming the Truth. *British Journalism Review*, 4 (1), 37–41.
81. van Dijk, J. (2012). *The Network Society*. 3rd edition. London: SAGE Publications. 336 p.

82. van Dijk, J. (2013). A Theory of the Digital Divide. In: Ragnedda, M., Muschert, G.W. (eds) *The Digital Divide: The Internet and Social Inequality in International Perspective*. NY: Routledge. pp. 28–51.

83. Vartanova, E., Gladkova, A., Vikhrova, O., Lapin, D., Samorodova, E. (2021). Theorizing Russian Model of the Digital Divide. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2021, 1, 5–40.

84. Vyrkovsky, A.V., Kolesnichenko, A., Galkina, M., Vartanov, S., Obraztsova, A. (2018). Transformation of newsroom work in the digital era. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 1, 5–22.

85. Ward, S. (2011). *Ethics and the Media: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

86. Zaller, J. (1999). *A theory of media politics: How the interests of politicians, journalists and citizens shape the news*. Draft Manuscript Under Contract with University of Chicago Press. Режим доступа: www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/zaller/media%20politics%20book%20.pdf (дата обращения: 15.08.2021).

87. Zion, L., Craig, D. (2014). *Ethics for Digital Journalism. Emerging Best Practices*. London/New York: Routledge.