

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-2-96-101  
УДК 070(045)

## Ответственность за медиаконтент и проблема цензурирования коммуникационного пространства России\*

Т.Л. Каминская

Финансовый университет, Москва, Россия  
<https://orcid.org/0000-0001-8331-8687>

### АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается российский медиадискурс вокруг значимых законодательных инициатив власти последних двух лет по отношению к медиа. В контексте правоприменительной практики автор статьи обращает внимание на проблемы цензурирования нового коммуникационного пространства, созданного социальными сетями, мессенджерами и алгоритмическими цифровыми медийными платформами. К этим проблемам относится зачастую отсутствие четкого разграничения понятий, например, таких, как «оскорбление власти» и «справедливая критика», уровень судебных экспертиз и «человеческий фактор» Роскомнадзора. В статье высказывается мысль, что увеличивающееся число законов в отношении медиаконтента связано со скоростью трансформаций цифровой коммуникации, превышающей адаптационные возможности власти. Автор отмечает также, что правительство параллельно с ужесточением законодательства в сторону контроля над сетевыми медиаплатформами апеллирует к пользователям цифровых платформ как к союзникам в борьбе за чистоту контента. Обобщая данные дискурс-анализа, контент-анализа медиа, а также собственный опыт участия в судебных разбирательствах в качестве эксперта-лингвиста, автор подчеркивает, что политические эффекты принятия законов в отношении медиа могут быть не связаны с политическими задачами власти, поскольку контрастируют с ценностями определенной части общества.

**Ключевые слова:** медиадискурс; закон; медиаконтент; политика; власть; ответственность; идеология; ценности

**Для цитирования:** Каминская Т.Л. Ответственность за медиаконтент и проблема цензурирования коммуникационного пространства России. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2021;11(2):96-101. DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-2-96-101

ORIGINAL PAPER

## Responsibility for Media Content and the Problem of Censoring the Communication Space of Russia\*\*

T.L. Kaminskaya

Financial University, Moscow, Russia  
<https://orcid.org/0000-0001-8331-8687>

### ABSTRACT

The article examines the Russian media discourse around the authorities' significant legislative initiatives of the last two years concerning the media. In the context of law enforcement practice, the author of the article draws attention to the problems of censoring the new communication space created by social networks, instant messengers and algorithmic digital media platforms. These problems often include the lack of a clear delineation of concepts, for example, such as "insulting the authorities" and "fair criticism", the level of forensic expertise and the "human factor" of Roskomnadzor. The article expresses the idea that the increasing number of laws related to media content is associated with the speed of digital communication transformations, which exceeds the authorities' adaptive capabilities. In parallel with tightening legislation in the direction of control over online media platforms, the author also notes that the government appeals to

\* Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета.

\*\* The article was prepared based on the results of research carried out at the expense of budgetary funds on the Financial University's state order.

digital platforms users as allies in the fight for content purity. Summing up the data of discourse analysis, media content analysis, as well as my own experience of participating in court proceedings as an expert linguist, the author concluded that the political effects of the adoption of laws on the media might not be related to the political objectives of the authorities, since they contrast with the values of a particular part of society.

**Keywords:** media discourse; law; media content; politics; power; responsibility; ideology; values

**For citation:** Kaminskaya T.L. Responsibility for media content and the problem of censoring the communication space of Russia. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2021;11(2):96-101. DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-2-96-101

С каждым годом медиаполе усложняется с точки зрения использования медийных инструментов и алгоритмов искусственного интеллекта (ИИ). При этом укорачивается траектория доставки контента пользователю, и увеличивается скорость доступа пользователей к информации. В самой сущности цифровизации коммуникации и в основе организации социальных сетей лежат те изменения, которые происходят в политике и в социуме.

Речь идет не только о прямом взаимодействии политических акторов с пользователями сетей, но и способах принятия политических решений, способности политического воздействия на миллионы людей без участия политических институтов. Отмечая, что каждый получает частичку власти в обществе благодаря виртуальному миру, Э. Шмидт и Дж. Коэн называют интернет «крупнейшим в истории анархистским экспериментом». Вместе с тем в связи с неизбежным «вхождением в виртуальный мир» в ближайшем будущем всего человечества авторы возлагают большие надежды на рост эффективности экономики и власти [1].

Согласно отчету о состоянии мировой цифровой среды от 2021 г., количество пользователей соцсетей растет в мире гигантскими темпами, и россияне близки к среднемировому значению. Мы проводим в соцсетях 2 ч. 28 мин. в сутки (глобально эта цифра составляет 2 ч. 25 мин.)<sup>1</sup>. При этом поисковая активность аудитории все увеличивается. Среди молодежи этот показатель еще выше: представители поколения Z говорят, что с большей вероятностью будут искать информацию в социальных сетях, чем в поисковых системах. Увеличивается с каждым годом и активность в создании собственных аккаунтов в соцсетях. В России показатель таков: на одного интернет-пользователя приходится по

7,2 аккаунта в соцсетях (немногом меньше, чем среднемировое значение — 8)<sup>2</sup>.

Очевидно, что наибольшую активность в социально-политическом контексте в цифровой среде проявляют оппозиционные силы и понятно, что правительства не успевают адаптироваться к сетевой коммуникации. Исторически власть в России отличается негибкостью в процессе кардинальных изменений социума, и поэтому противоречие между скоростью цифровых трансформаций и консерватизмом политических институтов пытается снять ужесточением законов в отношении авторов контента и владельцев медиаплощадок.

Значимые законодательные инициативы по отношению к медиа реализованы в последние два года, и в первую очередь необходимо отметить внесение поправок в Конституцию страны в 2020 г. Это ст. 67 (запрещающая призывы к умалению подвига народа при защите отечества) и 72 (определение брака как союза мужчины и женщины). Идеологическую заряженность этих поправок отмечали специалисты в сфере медиа и журналисты на различных семинарах и конференциях<sup>3</sup>. В связи с этим в последний год из медиаповестки практически исчезли такие темы, как интерпретация жестоких поражений Советской армии в 1941–1942 гг., описание чудовищных потерь во время войны или оккупация территорий. В последние несколько лет журналистика утратила такой жанр как расследование (одной из последних рубрик исчезла в интеллектуальных медиаресурсах, например в РБК). Любая публичная информация дискуссионного характера про лиц нетрадиционной ориентации открывает сегодня возможности для судебных разбирательств.

Вместе с тем прямых тематических и жанровых запретов в отношении медиа нет. И хотя

<sup>1</sup> Эти данные приводят We Are Social и Hootsuite в своем ежегодном отчете о состоянии цифровой сферы. URL: 2021https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Например, вебинар ИПП «Свобода слова и свобода СМИ после принятия поправок к конституции». URL: http://ipinw.spb.ru/archives/261.

правовая политика является первичной по отношению к другим мерам госрегулирования медиа-сферы, помимо законодательных, существуют непрямые способы консервации политической коммуникации, многократно примененные в последние пару лет: смена главных редакторов, увеличение числа иноагентов. Расширение числа иноагентов предполагает принятие в декабре 2020 г. Закона об иноагентах-физлицах, которые существенно поражены в правах: они не могут занимать должности во власти, иметь допуск к гостайне, и — самое главное, с точки зрения влияния — обязуются указывать при публикации своих новостей и любых текстов статус иноагента. В одном пакете с законом об иноагентах, внесенном в Госдуму в декабре 2020 г., есть поправка, ограничивающая просветительскую деятельность и международные контакты. По поводу принятия каждой из указанных норм в последние два года разворачивается мощный медиадискурс с комментариями экспертов и дискуссиями журналистов.

Самый масштабный дискурс развернулся в медиа и на платформе Фейсбука по поводу контроля просветительского контента (характерен заголовок публикации «Коммерсанта» от 21.02.2021 г., назвавшим закон «скандальным»: «Просветителям не дают просвета»)<sup>4</sup>. Являясь основной целевой аудиторией поправки, российское научное сообщество подняло тревогу и связало ситуацию со стратегической проблемой страны — образованием. Опасения были связаны с прекращением международных контактов, а поправка трактовалась как недоверие власти к научному сообществу, в свою очередь высказывалось недоверие в Минобру, с которым надо теперь согласовывать любые просветительские инициативы. Вузские и академические круги заявляли, что не будут следовать предписаниям закона, поскольку их просто невозможно выполнить. Открытое заявление противников было опубликовано в самой популярной академической газете «Троицкий вариант». Клуб «1 июля» (неформальная ассоциация академиков Российской академии наук) выступил с протестом,

заявив, что лицензирование противоречит конституционной свободе поиска и получения информации. Велики риски, как отмечалось в заявлении, что процесс будет осуществляться избирательно, что усилится идеологический контроль над гуманитарными и общественными науками, особенно историей. И наконец, что измененный закон будет препятствовать нормальному развитию науки в России.

В отношении исполнения законов и их правоприменительной практики в медийной сфере (прежде всего, в регионах) имеется много примеров абсурдного рвения Роскомнадзора, который часто следует букве закона, а не его духу. Примеры такого рода приводит в своей статье И.А. Панкеев [2].

С нашей точки зрения, региональные примеры еще более показательны. Так, в Великом Новгороде Роскомнадзор пытался оштрафовать сетевое издание «Ваши новости» за цитату из телепрограммы кинорежиссера Никиты Михалкова «Бесогон», в публикации о которой ее автор, писатель Виктор Смирнов, называет Никиту Михалкова «мэтром отечественного кино», сетуя, что тот размывает свой талант на такие речевые практики. Автор оценивает Никиту Михалкова как ведущего программы, перечисляя его речевые приемы в спорах со своими предполагаемыми и реальными оппонентами. При этом подозрительное слово в издании воспроизводится не полностью, а с отточием в середине. Роскомнадзор подает в суд не на Михалкова как автора фразы, а на региональное издание, осуждающее высказывание. Только обращение к лингвистической экспертизе по инициативе ответчика и по апелляции в суде более высокого уровня смогло отменить штраф к изданию.

Что касается нецензурной лексики, то заработавший с 1 февраля 2021 г. закон о соцсетях включил в себя запрет мата и в соцсетях, что вызвало особенно жаркие дискуссии в медиа. Вопросы дискуссии касаются, во-первых, самого определения соцсетей, под которое (если считать указанную норму 500 тыс. посетителей в сутки) формально подпадают любые сайты (методика подсчета Роскомнадзором этих посетителей не определена и расплывчата). Во-вторых, в дискуссии выяснялось, что можно считать матом, поскольку исчерпывающего списка матерных слов не существует; при этом интересно, что в сети появились серии советов, как материться, не получив штраф.

<sup>4</sup> URL: [https://www.kommersant.ru/search/results?places=&categories=&datestart=08.03.2020&dateend=08.03.2021&sort\\_type=1&regions=&results\\_count=&page=1&search\\_query=%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8F%D0%BC+%D0%BD%D0%B5+%D0%B4%D0%B0%D1%8E%D1%82+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0](https://www.kommersant.ru/search/results?places=&categories=&datestart=08.03.2020&dateend=08.03.2021&sort_type=1&regions=&results_count=&page=1&search_query=%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8F%D0%BC+%D0%BD%D0%B5+%D0%B4%D0%B0%D1%8E%D1%82+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0)

Сложность исполнения законов о СМИ, а тем более, с социальными сетями и мессенджерами, связана и с судебной практикой: в условиях размытых определений понятий суды чаще всего опираются на экспертные заключения лингвистов, историков и теоретиков медиа, к которым также есть претензии по поводу компетентности и заинтересованности в результате.

Параллельно с ужесточением законодательства в сторону контроля над сетевыми медиаплатформами государство апеллирует к пользователям цифрового контента как к союзникам в борьбе против трактовки государственной позиции по политическим вопросам. Объявление в феврале 2021 г. о том, что Роскомнадзор запускает мобильное приложение для приема обращения от граждан, трактовалось в медиа как стремление создать платформу для доносов. Данный IT-феномен высмеивался как технологически убогий и политический примитивный продукт. Пространную публикацию о кардинально противоположных оценках данной инициативы сделала «Новая газета»<sup>5</sup>, назвав ее «если не оскорбительной, то, как минимум, недостойной внимания». При этом газета указала на отсутствие склонности к доносите́льству у русскоязычного населения, поскольку в русском языке слово «донос» имеет негативную коннотацию (в отличие от его употребления в европейских языках).

В поле зрения медиа и научного сообщества попадают и эффективные диалогические интенции власти с использованием интернет-технологий. Прежде всего, их эффективность оценивается исследователями по отношению к поколению Z [3].

Разумеется, ужесточение законодательства — не самоцель, оно возникло из идеи соблюсти баланс интересов личности и государства. Но, как и во всем, здесь необходима соразмерность и четкие определения понятий. Примером взвешенного подхода к принятию решений может служить так называемый «закон о блогерах» 2014 г.: проанализировав результаты правоприменительной практики и реакцию общества, законодатель в 2017 г. отменил его. Также следует отметить смягчение и декриминализацию законов, касающихся экстремизма, в 2019 г., что вывело из-под уголовной ответственности не

только журналистов, но и простых граждан — т.е. в целом медиааудиторию<sup>6</sup>.

Тем не менее очевидно, что число правовых норм, касающихся медиасферы, растет, государство требует все большей оперативности в их исполнении и сурово наказывает за неисполнение. Именно в 2021 г. СМИ публикуют заявления Роскомнадзора по поводу неисполнения соцсетями и мессенджерами его предписаний<sup>7</sup>. Так, в Twitter за три года было направлено 28 тыс. требований в отношении удаления контента. И уже в 2021 г. депутаты требуют бороться с ситуацией «технологическими средствами». В отношении баланса интересов личности и государства можно привести пример законодательной инициативы с поправками закона «О рекламе». Не секрет, что принятый в 1995 г. (актуальная редакция 2006 г.) в других медийных условиях закон «О рекламе» устарел. Внесенная в Госдуму в феврале 2021 г. поправка в этот закон касается пятипроцентной квоты на социальную рекламу в интернете и связана, прежде всего, с крупнейшими рекламными системами: «Яндекс», Mail.ru, Rambler, Google, Facebook (в отношении других рекламных сегментов процент уже действует). Поскольку в интернете отследить проценты очень сложно, предполагается создание целой системы мониторинга и единого оператора размещения<sup>8</sup>. К новостным агрегаторам, у которых большая доля иностранного капитала, государство имеет многолетние претензии (вплоть до неосуществившейся идеи приравнять их по статусу к СМИ). Претензии связаны с желанием оградить население от западного влияния. Обсуждается допустимая доля иностранного капитала (от 20 до 50%).

Отдельного внимания заслуживают законодательные усилия государства в отношении такой угрозы, как фейковые новости. Масштабы вызова фейковых новостей очевидны, и антифейковое регулирование медиа активно анализируется в последние два года научным сообществом [4–7]. Угроза фейковых новостей актуализировалась во время пандемии, а также в связи с резким увеличением числа людей, вовлеченных в про-

<sup>6</sup> Госдума разрешила демонстрацию свастики при условии осуждения нацизма. URL: <https://tass.ru/obschestvo/7150961>.

<sup>7</sup> Роскомнадзор указал Twitter на злостные нарушения закона. URL: <https://ria.ru/20210301/twitter-1599376422.html>.

<sup>8</sup> Российская газета. URL: <https://rg.ru/2021/02/10/v-gosdumuvnesli-zakonoproekt-o-kvotye-na-socialnuiu-reklamu-v-internete.html>.

<sup>5</sup> Новая газета. Миф о доносе. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2021/02/16/89242-mif-o-donose/>.

изводство медиаконтента. Создавая все больше контента, сама аудитория создает все больше нарушений. В связи с этим нельзя не упомянуть и о законе об административной ответственности за распространение данных, оскорбляющих власть, а также о пакете законопроектов о штрафах за распространение в интернете и СМИ недостоверной общественно значимой информации. Нарушения ст. 20.1 «Мелкое хулиганство» Кодекса об административных правонарушениях РФ караются штрафами до 100 тыс. руб. или административным арестом до 15 суток в случае повторного деяния<sup>9</sup>. Четкого разграничения между оскорблением власти и ее справедливой критикой не существует. И здесь опять встает вопрос о корректности терминов.

Между тем, наибольшую эффективность в плане влияния на ценности общества и коммуникативное поведение в социуме оказывают не законодательные инициативы власти, а организованные снизу неправительственные инициативы. Они осуществляют коммуникацию по принципам сетевых сообществ, что позволяло и позволяет им быть не только участниками, но и инициаторами политического дискурса, в том числе и оппозиционного. Этот сетевой принцип особенно заметен у авторов текстов с модной феминистской и экологической тематикой в форсмажорных обстоятельствах: при происшествиях, связанных с причинением вреда здоровью/жизни женщин, а также при введении новых законодательных инициатив власти и правоприменительной практики. В этом случае тексты, связанные с означенной тематикой (преимущественно в социальных сетях), дублируются из одной социальной сети в другую, и уже затем попадают в интернет-медиа, обрастая комментариями читателей с оценками и негативной оценочной лексикой.

Как наиболее активные НКО, так и отдельные несистемные активисты предоставляют инфор-

<sup>9</sup> За оскорбление общества и государства будут штрафовать. Государственная дума РФ. 2019. 7 марта. URL: <http://duma.gov.ru/news/29990/>.

мацию параллельно на различных платформах: сайтах организаций, пабликах в социальных сетях, мессенджерах и блогах, подстраивая их под особенности каждого коммуникативного канала. Обозначенные модные тематические повестки включаются сегодня практически во все медиапроекты, лежащие в культурной, моральной и политической плоскостях. Современный медиадискурс демонстрирует вхождение экологии и феминизма в доминантные темы ведущих российских медиа: как бы ни различалась редакционная политика СМИ, таких ньюсмейкеров, как Гринпис или центр помощи женщинам «Анна», журналистам и власти все труднее игнорировать.

При этом очевидна мобилизационная успешность этой коммуникации, к эффектам которой относятся не только результаты краудсорсинга различного рода инициатив, рост числа подписчиков и комментаторов тематических аккаунтов в цифровых форматах, переход из цифрового активизма в офлайн в виде протестных митингов и флэшмобов, но и закрепление этих тематических повесток как модных в повседневном дискурсе.

Феминистская и экологическая медиаповестки, хоть и не являются самыми значимыми в России по числу публикаций, тем не менее демонстрируют вектор общественных дискуссий о ценностях. Вопросы домашнего насилия, экологии, политического и социального участия женщин в жизни страны, скандальные истории, связанные с сексуализированным насилием, всегда вызывают особый интерес у населения, чем активно пользуются публичные личности, политики, медиа.

Таким образом, взаимоотношения власти и медиа в стране последних двух лет предсказывают, с одной стороны, ужесточение в России действий государства по отношению к медиасфере в ближайшем будущем, а с другой — использование различными акторами других возможностей воздействия на аудиторию и власть: расширение манипулятивных техник за счет сетевого взаимодействия, введение новых коммуникативных практик и технологизация взаимодействия с аудиторией.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Шмидт Э., Коэн Дж. Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государств. Пер. с англ. М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер»; 2013.
2. Панкеев И.А. Тенденции государственного регулирования российских СМИ: правовой аспект. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2020;9(2):231–246. DOI: 10.17150/2308–6203.2020.9(2).231–246

3. Осипова О. С., Багдасарова Р. А., Лукушин В. А. Современные медиа как инструмент совершенствования диалога власти и общества. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2021;11(1):20–28. DOI: 10.26794/2226–7867–2021–11–1–20–28
4. Мищенко С. А., Осташевский А. В., Крайних И. Г. Фейковые новости в российских интернет-СМИ: правовое регулирование. *Историческая и социально-образовательная мысль*. 2020;12(2):85–92. DOI: 10.17748/2075–9908–2020–12–2–85–92
5. Каминская Т. Л. Политические медиатексты и проблема доверия: современные вызовы. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2019;9(5):15–21. DOI: 10.26794/2226–7867–2019–9–5–15–21
6. Суходолов А. П., Бычкова А. М. «Фейковые новости» как феномен современного медиaprостранства: понятие, виды, назначение, меры противодействия. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2017;6(2):143–169.
7. Ильченко С. Н. Фейк как антиисточник информации: риск для профессиональных стандартов журналистики. *Гуманитарный вектор*. 2018;13(5):70–76.

### REFERENCES

1. Schmidt E., Cohen J. New digital world. How technology is changing people's lives, business models and the concept of states. Trans. from Eng. Moscow: Mann, Ivanov, and Ferber; 2013. (In Russ.).
2. Pankeev I. A. Trends in state regulation of Russian media: legal aspect. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2020;9(2):231–246. (In Russ.). DOI: 10.17150/2308–6203.2020.9(2).231–246
3. Osipova O. S., Bagdasarova R. A., Lukushin V. A. Modern media as a tool for improving the dialogue between government and society. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2021;11(1):20–28. (In Russ.). DOI: 10.26794/2226–7867–2021–11–1–20–28
4. Mishchenko S. A., Ostashevsky A. V., Kraynikh I. G. Fake news in Russian online media: legal regulation. *Istoricheskaya i social'no-obrazovatel'naya mysl'*. 2020;12(2):85–92. (In Russ.). DOI: 10.17748/2075–9908–2020–12–2–85–92
5. Kaminskaya T. L. Political media texts and the problem of trust: modern challenges. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2019;9(5):15–21. (In Russ.). DOI: 10.26794/2226–7867–2019–9–5–15–21
6. Sukhodolov A. P., Bychkova A. M. “Fake news” as a phenomenon of modern media space: concept, types, purpose, countermeasures. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2017;6 (2):143–169. (In Russ.).
7. Ilchenko S. N. Fake as an anti-source of information: a risk to professional journalism standards. *Gumanitarnyj vektor*. 2018;13(5):70–76. (In Russ.).

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Татьяна Леонидовна Каминская** — доктор филологических наук, доцент, профессор Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса, Финансовый университет, Москва, Россия  
tlkam1@mail.ru

### ABOUT THE AUTHOR

**Tatyana L. Kaminskaya** — Dr. Sci. (Philology), Professor, Department of Mass Communications and Media Business, Financial University, Moscow, Russia  
tlkam1@mail.ru

*Статья поступила 20.02.2021; принята к публикации 10.03.2021.*

*Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.*

*The article received on 20.02.2021; accepted for publication on 10.03.2021.*

*The author read and approved the final version of the manuscript.*