

Научная статья

УДК: 342.951

DOI: <https://doi.org/10.17323/tis.2022.14218>

Original article

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МЕДИЙНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

GLOBALIZATION OF THE MASS MEDIA AND ITS IMPACT ON THE MEDIA LEGISLATION OF THE RUSSIAN FEDERATION

Наталья Евгеньевна ПИРЯЗЕВАТульский государственный университет, Тула, Россия,
natalieko97@gmail.com,<https://orcid.org/0000-0001-6930-5636>**Информация об авторе**

Н.Е. Пирязева — преподаватель кафедры государственного и административного права Института права и управления Тульского государственного университета

Аннотация. Глобализация сегодня стала общемировой тенденцией. Нацеленность государств на экономическое и социальное развитие обуславливает наращивание темпов интеграции. Глобализация оказывает заметное воздействие на повсеместное расширение масштабов деятельности средств массовой информации. В статье представлены мнения отдельных специалистов в области массмедиа как о положительном, так и об отрицательном воздействии глобализации средств массовой информации, а также об их консолидации, при которой все большим их числом владеет все меньшее количество медиакомпаний.

Заинтересованность медиагигантов в получении большего объема доходов, а также возможность корпораций контролировать глобальный контент в ряде случаев приводят к распространению односторонней или противоречивой информации о тех или иных явлениях общественной, политической или социальной жизни. Проблема влияния средств массовой информации на формирование общественного мнения приводила и продолжает приводить к видоизменению медийного законодательства в области регулирования работы средств массовой информации, получающих зарубежное финансирование. Объектом данного исследования выступает российское и зарубежное законодательство, регламентирующее деятельность средств массовой информации в эпоху глобализации.

- Целью работы является выявление особенностей влияния глобализации на медийное законодательство Российской Федерации. Для достижения поставленной цели в рамках исследования осуществлен историко-правовой и сравнительно-правовой анализ подходов к глобализации средств массовой информации законодателей СССР, США, Китая и Российской Федерации. Проанализировано российское и зарубежное законодательство о средствах массовой информации — иностранных агентах. Рассмотрены перспективы отдельных направлений совершенствования действующего российского медийного законодательства.

- **Ключевые слова:** средства массовой информации, глобализация, коммуникация, информационные технологии

- **Для цитирования:** Пирязева Н.Е. Глобализация средств массовой информации и ее влияние на медийное законодательство Российской Федерации // Труды по интеллектуальной собственности (Works on Intellectual Property). 2022. Т. 40, № 1. С. 42–49; DOI: <https://doi.org/10.17323/tis.2022.14218>

Natalia E. PIRYAZEVA

Tula State University. Tula, Russian Federation,

natalieko97@gmail.com,<https://orcid.org/0000-0001-6930-5636>**Information about the author**

N.E. Piryazeva — lecturer at the Department of State and Administrative Law Tula State University

- **Abstract.** Globalization is a global trend today. The focus of states on economic and social development causes an increase in the pace of integration. Globalization is having a marked effect on the widespread expansion

ной среды, в частности на деятельность средств массовой информации.

Под средством массовой информации в соответствии с Законом РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием). К массовой информации относятся предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы. В России, согласно ст. 29 Конституции РФ, гарантируется свобода средств массовой информации.

Процесс медиаглобализации происходил постепенно, линейно развиваясь от изобретения телеграфа в 1837 г. и появления первых информационных агентств в XIX в. до запуска геостационарной спутниковой связи, который позволил говорить о реальной глобализации коммуникативных процессов и средств массовой информации.

Особую роль в распространении информации играет интернет. По данным глобального отчета Digital-2020, интернетом в Российской Федерации пользуются около 80% ее граждан, и для девяти из десяти россиян интернет сегодня становится базовой услугой. Увеличение количества пользователей интернета стало общемировой тенденцией. Так, число пользователей интернета за два года пандемии коронавирусной инфекции увеличилось на 17%. Увеличение количества средств массовой информации, их активизация в интернете и повсеместное увеличение числа его пользователей приводят к расширению масштабов глобализации средств массовой информации.

Американский футуролог Элвин Тоффлер определял глобализацию средств массовой информации как преодоление географических границ для распространения текстовой, аудио- и видеoinформации посредством трех технологических инноваций: спутниковой связи, компьютерных сетей, цифрового кодирования текста, звука, изображения [3, с. 302]. Для глобализации средств массовой информации характерно распространение информации на неограниченный круг людей не только в собственной стране, но и во всем мире. Данное явление имеет важное значение для молниеносного распространения самой разнообразной информации почти в любой точке мира.

Выход средств массовой информации на широкий рынок приносит современным медиакомпаниям огромную прибыль, что предопределяет их стремление к развитию индустрии за пределами своей страны. Нацеленность на массовую аудиторию создает

позитивный эффект за счет возможности каждого человека, имеющего доступ к интернету или печатным изданиям, свободно получать фактически любую информацию.

Особенно это актуально для жителей Российской Федерации. Это объясняется тем, что отнюдь не всегда свобода средств массовой информации, а также их глобализация были характерными явлениями для России. Несмотря на то что в СССР признавали роль средств массовой информации как важного фактора коммуникации [4, с. 3], деятельность зарубежных средств массовой информации, идущая вразрез с позицией официальных властей, воспринималась как враждебная и как следствие ограничивалась. Так, средства массовой информации в СССР воспринимались в качестве «орудия идеологического противоборства», а западные идеи о несовместимости свободы информации с ограничениями, налагаемыми нормами права, — как чуждые для социалистических стран [5, с. 133].

В СССР отсутствие контроля за средствами массовой информации, в том числе зарубежными, воспринималось как реальная угроза в рамках идеологической борьбы. Несмотря на провозглашение разного рода лозунгов о сотрудничестве в сфере распространения информации между СССР и европейскими странами, развитие данного направления было затруднено. Так, в рамках Общеввропейского совещания «Основные направления развития культурного сотрудничества, контактов и обмена информацией» в 1973 г. предлагалось достичь договоренности о содействии более свободному и широкому распространению всех форм информации путем заключения соглашений между государствами [6, с. 33]. В то же время это не означало отказа от идеологической борьбы и противодействия распространению результатов деятельности западных средств массовой информации.

Например, в докладе Л.И. Брежнева на внеочередной седьмой сессии Верховного Совета СССР девятого созыва 4 октября 1977 г. затрагивалась тема распространения зарубежной пропаганды и недостоверной информации в целях искажения содержания проекта новой Конституции СССР [6, с. 33]. В условиях существенной разницы в подходах к деятельности средств массовой информации было невозможно достижение целей сотрудничества, в то время как в капиталистических странах процесс глобализации СМИ заметно наращивал темпы.

Данное явление сказалось на позиции СССР, который всеми силами пытался ограничить или запретить распространение в стране сведений, сообщаемых зарубежными СМИ. Это выражалось в глушении зарубежных радиостанций, которое было прекраще-

но только с 30 ноября 1988 г., в ограничении на распространение иностранных печатных изданий и т.д. Таким образом, в XX в. за счет достижения технологических успехов глобализация средств массовой информации и возможность повсеместного распространения информации оказали значительное влияние на формирование официальной позиции СССР по вопросу международного сотрудничества в данной области, а также на нормативную базу, регламентирующую ограничение распространения в стране материалов западных журналистов, представляющих негативную оценку действий официальных властей СССР.

В современных условиях средства массовой информации выступают в качестве генератора общественного мнения. Медиаглобализация привела к тому, что при изучении распространяемой информации у ее потребителя формируется определенная позиция относительно того или иного явления. На этом основывалась советская доктрина массовой информации, в соответствии с которой любая информация может оказать воздействие на человека и видоизменить его позицию. Как отмечает Н.П. Попов, в процессе президентской гонки 1984 г. в США именно средства массовой информации, которые контролировались монополистами, сыграли определяющую роль [7, с. 3].

Отрицательное отношение к проблеме монополизации средств массовой информации было характерно не только для СССР, но и, как ни странно, для стран Запада. Иностранные специалисты в сфере медиатехнологий осознавали не только положительное влияние средств массовой информации на степень распространенности информации для фактически неограниченной аудитории, но и на их возможность непосредственно влиять на общественное мнение. Еще в 1960-х годах Уилбур Шрамм заявил о возможности использования средств массовой информации для переноса политико-экономической модели стран Запада в целях развития у жителей развивающихся стран желания саморазвития [8, с. 2]. Разумеется, в цели западных средств массовой информации входило не только укрепление потенциала развивающихся стран, но и расширение границ своей деятельности, закономерно влекущее за собой увеличение прибыли.

Как отметил Джеффри К. Лайонс, многонациональные корпорации являются основным субъектом глобализации СМИ, и именно они контролируют глобальный контент [9]. В 1974 г., согласно исследованию ЮНЕСКО, несколько западных стран контролировали огромный международный поток телевизионных передач. США, Великобритания, Франция и Федеративная Республика Германия играли в этом процессе ключевую роль [9]. Фактически можно го-

ворить не только о таком явлении, как глобализация СМИ, но и об их консолидации как о процессе, при котором все большим количеством СМИ владеет все меньшее число компаний. Так, можно выделить несколько монополистов в данной сфере, например компании Comcast, Disney Corporation, Time Warner, CBS и Viacom и другие [10].

В целом, можно сказать, что взгляды ученых, критикующих транснациональные компании, которые контролируют средства массовой информации, очень схожи с риторикой советских политиков и ученых. Например, Роберт Макчесни говорил о возможности культурного протекционизма западных стран через средства массовой информации [11]. Он пришел к выводу, что фактически несколько крупных компаний могут оказывать воздействие на СМИ и осуществлять контроль за средствами массовой информации, которые освещают различные события, формируют общественное мнение и развивают дискуссии о прошлом, настоящем и будущем. Таким образом, глобализация СМИ представляет собой крайне сложный и противоречивый процесс, отражающий возможность отдельных медиакомпаний оказывать влияние на потребителей информации.

Глобализацию СМИ можно обозначить также в качестве причины появления в нормативной базе ряда стран специальных законов об иностранных агентах. Одним из первых государств, которые осознали опасность влияния на общественное мнение собственных граждан средств массовой информации, в том числе и зарубежных, стали Соединенные Штаты Америки. В 1938 г. Конгресс США принял Foreign Agents Registration Act, сокращенно обозначаемый как FARA. Этот закон устанавливал необходимость иностранных организаций, представляющих интересы других государств, проходить регистрацию в Государственном департаменте (с 1942 г. — в Министерстве юстиции), предоставлять сведения о местонахождении, регистрации, объемах и источниках финансирования и т.д. Принятие столь специфичного закона было обусловлено политическими событиями 1930-х гг. В 1935 г. был создан Комитет Палаты представителей по антиамериканской деятельности для расследования случаев подрывной пропаганды со стороны СССР и фашистской Германии.

Распространение фашизма, стремление коммунистических стран к мировому лидерству, а также экономические проблемы в США в межвоенный период вызвали у Конгресса обеспокоенность относительно иностранного влияния на американцев и американское правительство [12]. В дальнейшем в данный закон вносилось множество поправок. Например, с 1941 г. было введено требование о маркировке «по-

литической пропаганды». С 1996 г. акцент поправок сместился на политическое лоббирование и т.п.

Первые три судебных разбирательства на основании закона FARA в 1939 и 1940 гг. были связаны с пропагандистской деятельностью СССР [12]. Борьба с иностранными агентами, в том числе и со средствами массовой информации, осуществляется и сегодня, что обуславливает принятие дополнительных законов. Так, Закон 2019 г. о разрешении на национальную оборону (NDAA) установил требование о том, чтобы отдельные иностранные средства массовой информации, работающие в США, каждые шесть месяцев представляли в специальную комиссию отчеты об отношениях этих СМИ с иностранным руководством [13].

Еще при принятии FARA законодатели осознавали трудность выявления степени вмешательства иностранных агентов и их влияния на осуществление антиамериканской деятельности. Это повлекло неопределенность при разработке и закреплении в Законе критериев для отнесения организации к иностранным агентам [12]. Сегодня данная проблема остается одной из наиболее актуальных, и по Закону FARA иностранными агентами признаны такие крупные международные средства массовой информации, как RT, CGTN и т.д.

При этом в американском обществе осознают, что Закон FARA может привести к дискриминации в отношении иностранных СМИ и нарушению принципа их свободы. Так, организации гражданского общества в Соединенных Штатах в конце 2021 г. выступили с резким осуждением принимаемого в Сальвадоре Закона об иностранных агентах [14].

На сегодняшний день законы, в соответствии с которыми СМИ могут быть признаны иностранными агентами, существуют в ряде зарубежных стран, например в Австралии, Венгрии, Израиле и т.д. В Российской Федерации также действует специальное законодательство об иностранных агентах, которыми могут быть признаны и средства массовой информации.

С 2012 г. в России ведется реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента. В соответствии с действующим законодательством иностранные агенты должны пройти процедуру регистрации в Министерстве юстиции Российской Федерации. В 2017 г. в ответ на антироссийскую пропаганду и риторику, распространяемую зарубежными средствами массовой информации, Федеральный закон от 25.11.2017 № 327-ФЗ «О внесении изменений в ст. 10.4 и 15.3 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и ст. 6 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»» установил,

что юридическое лицо, зарегистрированное в иностранном государстве, или иностранная структура без образования юридического лица, распространяющая предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы (иностранное средство массовой информации), могут быть признаны иностранными средствами массовой информации, выполняющими функции иностранного агента, независимо от их организационно-правовой формы, если они получают денежные средства и (или) иное имущество от иностранных государств, их государственных органов, международных и иностранных организаций, иностранных граждан, лиц без гражданства.

В Российской Федерации появление специального закона об иностранных агентах можно признать следствием такого явления, как глобализация СМИ. Действительно, сегодня любой пользователь интернета может ознакомиться с информацией, которую предоставляют зарубежные средства массовой информации. При этом далеко не всегда данная информация отвечает требованиям достоверности и полноты. Продолжают вызывать опасения также культурные и идеологические предубеждения в отношении стран или народов, о которых публикуют информацию монополисты в сфере медиа. Маркировка, а именно указание на то, что сообщения и материалы созданы и (или) распространены иностранным средством массовой информации, выполняющим функции иностранного агента, в данном случае призвана лишь предупреждать потребителя информации о возможной заинтересованности СМИ в распространении тех или иных сведений.

Стоит отметить также и то, что ст. 13.15 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации предусматривает возможность привлечения редакции и редакторов средств массовой информации к ответственности за распространение информации о некоммерческой организации, включенной в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента, без указания на то, что соответствующая организация является некоммерческой организацией, выполняющей функции иностранного агента. Таким образом, регулирующее воздействие российского законодательства направлено на минимизацию недоброжелательного зарубежного влияния на общественное мнение в России.

Разумеется, вызывают беспокойство отдельные положения российского законодательства о СМИ-иноагентах: например, недостаточно четко определен объем иностранного финансирования, которого будет достаточно для включения Министерством юстиции РФ средства массовой информации

в соответствующий реестр. Также актуальны идеи отдельных представителей журналистского сообщества о том, что решение о присвоении статусу массовой информации статуса иностранного агента должен принимать суд. Кроме того, необходима дальнейшая проработка вопросов, связанных с необходимостью в каждом конкретном случае устанавливать источник иностранного финансирования.

Проблемы, связанные с правовым регулированием процедуры присвоения статуса иностранного агента, неоднократно обсуждались в рамках Московского юридического форума, на заседаниях региональных законодательных собраний и т.д. Как отметил на заседании Совета по развитию гражданского общества и правам человека президент Российской Федерации В.В. Путин, нормы законодательства о СМИ — иностранных агентах необходимо обсудить и проработать с профессиональным сообществом [15]. Таким образом, Закону требуется дальнейшее развитие в целях преодоления случаев нарушения принципа свободы массовой информации.

Помимо законодательства о СМИ-иноагентах в Российской Федерации нормативно закреплён порядок признания средства массовой информации в качестве нежелательной организации на основании ст. 3.1 Федерального закона от 28.12.2012 № 272-ФЗ «О мерах воздействия на лиц, причастных к нарушениям основополагающих прав и свобод человека, прав и свобод граждан Российской Федерации». В соответствии с данной статьёй деятельность иностранной или международной неправительственной организации, представляющая угрозу основам конституционного строя Российской Федерации, обороноспособности страны или безопасности государства, может быть признана нежелательной на территории Российской Федерации. Отсутствие конкретизации на законодательном уровне, какие именно действия могут быть признаны в качестве угрозы основам конституционного строя, может привести к неопределённости оснований прекращения деятельности иностранных или международных средств массовой информации.

Отметим и тот факт, что в отличие от признания иностранными агентами средство массовой информации, деятельность которого признаётся в установленном порядке нежелательной, означает прекращение его работы в Российской Федерации. В 2021 г. был первый случай признания иностранного средства массовой информации нежелательной организацией. Данное решение было принято Генеральной прокуратурой. В то же время представляется, что для достижения целей правовой определённости можно говорить о возможности внесения поправок в Закон «О мерах воздействия на лиц, причастных к нарушениям осно-

вополагающих прав и свобод человека, прав и свобод граждан Российской Федерации», устанавливающих, что подобное решение может быть принято только судом. Прекращение деятельности средства массовой информации является очень значимым правовым последствием, а суд как специально уполномоченный орган может беспристрастно провести анализ всех обстоятельств каждого конкретного дела в целях принятия наиболее справедливого и отвечающего требованиям законодательства решения.

Ещё одним аспектом глобализации СМИ и ее влияния на нормативно-правовое регулирование является фактическое использование международных средств массовой информации преступниками, осуществляющими противозаконную деятельность, например экстремистскую, террористическую, по распространению запрещенного контента. Освещение в СМИ террористических актов, публикация интервью с преступниками приводят к формированию мнения о допустимости таких действий за счет популярности подобных публикаций [16, с. 104].

Повсеместное использование интернета в целях доступа к сайтам с незаконными азартными играми, со сведениями об изготовлении оружия или о приобретении наркотических средств приводит в ряде стран к тотальному ограничению информации. Например, в Китае заблокированы привычные нам Twitter, Facebook и YouTube, но работают местные медиакомпании. В Российской Федерации, в свою очередь, система противодействия распространению запрещенной информации, в том числе и в средствах массовой информации, работает по-иному.

В Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции контроля и надзора в сфере средств массовой информации, является Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Этот орган уполномочен в соответствии Постановлением Правительства РФ от 16.03.2009 № 228 «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» [17] на принятие мер по ограничению доступа к информационным ресурсам в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в интернете. Таким образом, правовое регулирование в Российской Федерации построено так, что на основании решения уполномоченного органа может быть ограничен доступ к противоправной информации, распространяемой в том числе и средствами массовой информации.

На основании изложенного можно прийти к выводу, что глобализация средств массовой информации и как следствие угрозы, вызванные данным зако-

номерным социальным явлением, оказали заметное влияние на нормативную базу Российской Федерации. Распространение отдельными зарубежными или российскими средствами массовой информации недостоверной, неполной или политизированной информации в целях нанесения ущерба национальным интересам привело к расширению масштабов их признания в качестве иностранных агентов. Несмотря на то, что развитие законодательства об иностранных агентах отвечает требованиям времени и зарубежному опыту, требуется дальнейшее его совершенствование для минимизации случаев произвольного ограничения деятельности средств массовой информации и обеспечения принципа свободы их деятельности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Gao Shangquan. Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention. — URL: https://www.un.org/en/development/desa/policy/cdp/cdp_background_papers/bp2000_1.pdf, дата обращения: 11.01.2021.
2. Denver Rebecca. Does globalisation lead to good health outcomes? — URL: <https://georoutesuk.files.wordpress.com/2020/12/r2025-171-181.pdf>, дата обращения: 11.01.2021.
3. Санакоева С.С. Тенденции развития СМИ в XXI веке // Медиареальность России: вчера, сегодня, завтра: сборник научных статей. М.: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2019. С. 300–308.
4. Кряжков В.А. Советы и средства массовой информации // Советское государство и право. 1984. № 8. С. 3–11.
5. Цепов Б.А. «Психологическая война», массовая информация и международное право // Советское государство и право. 1984. № 11. С. 131–138.
6. Колосов Ю.М. Международное сотрудничество в области массовой информации // Советское государство и право. 1978. № 2 (февраль). С. 31–39.
7. Попов Н.П. Индустрия образов: Идеологические функции средств массовой информации в США. М.: Политиздат, 1986. 144 с.
8. Matos C. Globalization and the mass media. In: Encyclopedia of Globalization. Oxford: Wiley-Blackwell. 2012. — URL: https://www.researchgate.net/publication/276025402_Mass_media_and_globalization, дата обращения: 11.01.2021.
9. Jeffrey K. Lyons. Media Globalization and its Effect upon International Communities: Seeking a Communication Theory Perspective. — URL: <https://www.globalmediajournal.com/open-access/media-globalization-and-its-effect-upon-international-communities-seeking-a-communication-theory-perspective.php?aid=35155>, дата обращения: 11.01.2021.
10. Reading: Media Globalization. — URL: <https://courses.lumenlearning.com/atd-bhcc-introsoc/chapter/reading-global-implications-of-media-and-technology/#:~:text=As%20the%20names%20suggest%2C%20media,development%20and%20exchange%20of%20technology>, дата обращения: 12.01.2021.
11. McChesney R.W. Communication revolution: critical junctures and the future of media. XVIII. N.Y.: New Press, 2007. — URL: <https://personal.lse.ac.uk/larcines/mcchesneyreview.pdf>, дата обращения: 12.01.2021.
12. Joshua R. Fattal, FARA on Facebook: Modernizing the Foreign Agents Registration Act to Address Propagandists on Social Media // 21 N.Y.U. J. Legis. & Pub. Pol'y 903 (2019). P.909. — URL: <https://nyujlpp.org/wp-content/uploads/2019/10/Fattal-FARA-On-Facebook-21-NYU-JLPP-903.pdf>, дата обращения: 12.01.2021.
13. United States-Based Foreign Media Outlets URL: <https://www.fcc.gov/united-states-based-foreign-media-outlets>, дата обращения: 12.01.2021.
14. U.S. Groups Condemn Proposed Foreign Agents Law in El Salvador. — URL: <https://www.wola.org/2021/11/foreign-agents-law-el-salvador-condemn/>, дата обращения: 13.01.2021.
15. Путин: Закон о СМИ-иноагентах надо обсудить с сообществом журналистов [Электронный ресурс] // Российская газета. — URL: <https://rg.ru/2021/12/09/putin-zakon-o-smi-inoagentah-nado-obsudit-s-soobshchestvom-zhurnalistov.html>, дата обращения: 13.01.2021.
16. Мельникова А.А. Терроризм в эпоху глобализации: опасности медиакоммуникаций // Век глобализации. 2020. № 1. С. 102–108.
17. Постановление Правительства РФ от 16.03.2009 № 228 (ред. от 29.12.2021) «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» // Собрание законодательства РФ. 23.03.2009. № 12. Ст. 1431.

REFERENCES

1. Gao Shangquan. Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention. — URL: https://www.un.org/en/development/desa/policy/cdp/cdp_background_papers/bp2000_1.pdf, data obrashcheniya: 11.01.2021.
2. Denver Rebecca. Does globalisation lead to good health outcomes? — URL: <https://georoutesuk.files.wordpress.com/2020/12/r2025-171-181.pdf>, data obrashcheniya: 11.01.2021.

3. Sanakoeva S.S. Tendencii razvitiya SMI v XXI v. // *Mediareal'nost' Rossii: vchera, segodnya, zavtra: sbornik nauchnyh statej*. M., 18 aprelya 2019 g. M.: Rossijskij universitet druzhby narodov (RUDN), 2019. S. 300–308.
4. Kryazhkov V.A. Sovety i sredstva massovoj informacii // *Sovetskoe gosudarstvo i pravo*. 1984. № 8. S. 3–11.
5. Cepov B.A. "Psihologicheskaya vojna", massovaya informaciya I mezhdunarodnoe pravo // *Sovetskoe gosudarstvo i pravo*. 1984. No 11. S. 131–138.
6. Kolosov Yu.M. Mezhdunarodnoe sotrudnichestvo v oblasti massovoj informacii // *Sovetskoe gosudarstvo i pravo*. 1978. No 2 (fevral'). S. 31–39.
7. Popov N.P. *Industriya obrazov: Ideologicheskie funkcii sredstv massovoj informacii v SSHA*. M.: Politizdat, 1986. 144 s.
8. Matos C. Globalization and the mass media. In: *Encyclopedia of Globalization*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2012. — URL: https://www.researchgate.net/publication/276025402_Mass_media_and_globalization, data obrashcheniya: 11.01.2021.
9. Jeffrey K. Lyons. Media Globalization and its Effect upon International Communities: Seeking a Communication Theory Perspective. — URL: <https://www.globalmediajournal.com/open-access/media-globalization-and-its-effect-upon-international-communities-seeking-a-communication-theory-perspective.php?aid=35155>, data obrashcheniya: 11.01.2021.
10. Reading: Media Globalization. — URL: <https://courses.lumenlearning.com/atd-bhcc-introsoc/chapter/reading-global-implications-of-media-and-technology/#:~:text=As%20the%20names%20suggest%2C%20media,development%20and%20exchange%20of%20technology>, data obrashcheniya: 12.01.2021.
11. McChesney R.W. *Communication revolution: critical junctures and the future of media*. XVIII. N.Y.: New Press, 2007. 320 p. — URL: <https://personal.lse.ac.uk/larcines/mcchesneyreview.pdf>, data obrashcheniya: 12.01.2021.
12. Joshua R. Fattal, *FARA on Facebook: Modernizing the Foreign Agents Registration Act to Address Propagandists on Social Media* // 21 N.Y.U. J. Legis & Pub. Pol'y. 2019. Vol. 903. P. 909. — URL: <https://nyujlpp.org/wp-content/uploads/2019/10/Fattal-FARA-On-Facebook-21-NYU-JLPP-903.pdf>, data obrashcheniya: 12.01.2021.
13. *United States-Based Foreign Media Outlets*. — URL: <https://www.fcc.gov/united-states-based-foreign-media-outlets>, data obrashcheniya: 12.01.2021.
14. *U.S. Groups Condemn Proposed Foreign Agents Law in El Salvador*. — URL: <https://www.wola.org/2021/11/foreign-agents-law-el-salvador-condemn/>, data obrashcheniya: 13.01.2021.
15. Putin: Zakon o SMI-inoagentah nado obsudit' s soobshchestvom zhurnalistov [Elektronnyj resurs] // *Rossiyskaya gazeta*. — URL: <https://rg.ru/2021/12/09/putin-zakon-o-smi-inoagentah-nado-obsudit-s-soobshchestvom-zhurnalistov.html>, data obrashcheniya: 13.01.2021.
16. Mel'nikova A.A. *Terrorizm v epohu globalizacii: opasnosti mediakommunikacij* // *Vek globalizacii*. 2020. № 1. S. 102–108.
17. *Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 16.03.2009 № 228 (red. ot 29.12.2021) "O Federal'noj sluzhbe po nadzoru v sfere svyazi, informacionnyh tekhnologij I massovyh kommunikacij"* // *Sobranie zakonodatel'stva RF*. 23.03.2009. № 12. St. 1431.