

# Зеркальный ответ



Петр Толстой, заместитель председателя Государственной думы, руководитель российской делегации в Парламентской ассамблее ОБСЕ

В понедельник, 13 ноября, истек срок, до которого телевещательные каналы RTи Sputnik должны были зарегистрироваться в качестве иностранных агентов на территории США. Это требование американского минюста. После регистрации иноагентом наши журналисты должны будут пройти массу неприятных и унижительных процедур, раскрыть свои персональные данные на шести листах анкеты. И это не разовое действие – обновлять информацию им придется с периодичностью раз в полгода. Информационные материалы должны будут согласовываться с министерством юстиции США с раскрытием источников, а проверки редакций могут проходить в любое время и без какого-либо предупреждения.

**Всё это делает дальнейшую нормальную работу российских каналов на территории Соединенных Штатов практически невозможной. Подобные действия – не что иное, как давление на ту самую свободу слова, которой так любит кичиться западная пропаганда. Это цензура в самом позорном ее виде, сопровождающаяся диким**

животным страхом перед альтернативной точкой зрения на те или иные события в мире. И раз свобода слова в понимании властей США выглядит именно таким образом, то и мы будем действовать соответственно. Как бы нам не претил подобный подход, но не отвечать на хамские действия американских коллег мы не можем.

**Именно поэтому было принято решение внести изменения в действующее законодательство, с тем чтобы СМИ, зарегистрированные на территории другого государства либо получающие денежные или иные средства от иностранных структур – госорганов или компаний или же от российских компаний с иностранным финансированием, могли быть признаны иностранными агентами вне зависимости от их организационно-правовой формы.** Решение о признании СМИ иностранным агентом будет приниматься уполномоченным органом исполнительной власти. После этого на подобные средства массовой информации будут распространяться требования соответствующего закона.

Здесь считаю необходимым напомнить, что закон об иностранных агентах был принят в России летом 2012 года и его действие сегодня не распространяется на СМИ – закон затрагивает только НКО. Его обсуждение и принятие вызвало тогда бурное возмущение у либеральной общественности. А спустя год запылял Киев. Украина задохнулась от дыма горящих покрышек майдана, который был мобилизован иностранными НКО – они не скупилась на проект по раскачиванию страны. И речь шла, по некоторым данным, о миллионах долларов. Так что возможность признать СМИ иностранным агентом – не только зеркальный ответ на действия наших американских «коллег», но и инструмент защиты своего информационного пространства от внешнего влияния. Это позволит адекватно реагировать на внешние угрозы, а также покажет, в чьих интересах работает то или иное средство массовой информации.

Поясню еще раз: ущемлять при этом свободу социальных сетей никто не собирается, как об этом написали некоторые наши акулы пера. Требование закона о маркировке печатных и видеоматериалов будет распространяться на официальные страницы

СМИ в соцсетях, не более того.

Но есть один немаловажный момент, на который хотелось бы обратить внимание. Во вторник 31 октября в конгрессе США прошли слушания о так называемом российском вмешательстве в американские выборы. На слушания были приглашены представители Facebook, Google и Twitter. Им изрядно досталось от конгрессменов за то, что они якобы потакали «агентам российского влияния», размещая на своих сайтах политическую рекламу. Логика сенаторов и конгрессменов свелась к тому, что российские рекламодатели в американских социальных сетях – это угроза их национальной безопасности.

Юристы компаний, конечно, пытались донести до конгрессменов информацию о том, что у них просто отсутствует механизм фильтрации рекламы, разделения ее на политическую и неполитическую, а данные о рекламодателях очень ограничены. Но страх перед «русской угрозой» оказался сильнее. В конгрессе уже разрабатывается законопроект, согласно которому любые интернет-ресурсы с ежемесячной аудиторией более 50 млн пользователей должны будут предоставлять компетентным органам всю информацию о своих рекламодателях.

Что ж, возможно, опасения американских политиков несут в себе рациональное зерно. Возможно, нам тоже имеет смысл прислушаться к ним на время и приостановить рекламу и платное продвижение в российском сегменте американских социальных сетей? Ненадолго – на полгода или год. Надеюсь, юристам Facebook, Twitter, Instagram и Google хватит этого времени, чтобы определиться с механизмом распознавания политической или опасной рекламы. Эта идея обсуждалась в ходе работы над поправками о признании СМИ иностранными агентами. Но в законопроект не вошла. Пока.

**Петр Толстой,** 

*заместитель председателя Государственной думы,  
руководитель российской делегации в Парламентской ассамблее  
ОБСЕ*

**13 ноября 2017 г.**