А.А. Щербович, аспирант кафедры

НОВЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ПРАВОВАЯ КАТЕГОРИЗАЦИЯ

Современное общество немыслимо без информационных и коммуникационных технологий. С их развитием меняются и средства массовой информации, которые приобретают все большую интерактивность. Наиболее важным по степени влияния на этот процесс следует считать применение интернет-технологий в развитии средств массовой информации. Интернет – один из самых ценных общественных ресурсов, доступных сегодня человеку. Киберпространство как форум для свободы конструктивного самовыражения интересно и познавательно, расширяет горизонты и увеличивает интеллектуальный потенциал.

При этом мы столкнулись с ситуацией, когда законодательство, в частности, о средствах массовой информации, не успевает за развитием Интернета. Речь идет не просто об урегулировании электронных средств массовой информации, а о том, чтобы обозначить отношения законодателя к новым явлениям последнего времени, правовое урегулирование которых, несомненно, послужит обеспечению конституционной свободы слова в Интернете.

Характеристика новых явлений в развитии средств массовой информации

Развитие информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) характеризуется богатством и разнообразием новых возможностей.

Нынешний уровень развития киберпространства определяется следующими базовыми характеристиками[1].

Далее обозначен ряд ключевых понятий, характеризующих новое для законодателя проблемное поле. Эти понятия могут стать основанием правовой категоризации.

Пользователь. Происходит отход от режима «только чтение», который был характерен для Интернета предыдущего поколения. Пользователи непосредственно участвуют в формировании содержания (контента) веб сайтов, а также услуг, предоставляемых им через веб-сайты.

Представление информационных материалов в мультимедийной форме. Интернет-сайты содержат видео- и аудиокомпоненты.

Широкие возможности для социализации. В сети присутствуют различные пользователи, которые общаются посредством как синхронных (например, мгновенные сообщения), так и асинхронных (например, вики) сообщений.

Синхронные сообщения – это технология, которая более известна под названием мгновенных сообщений. Она предполагает текстовое общение между участниками в режиме реального времени. Программное обеспечение, используемое справочными службами в форме чатов, обычно гораздо сложнее и предоставляет больше возможностей, чем часто встречающиеся упрощенные приложения.

Блоги и вики характерны для Веб 2.0, а их быстрое распространение имеет громадное значение. Возможно, блоги – это даже более существенная веха в истории публикаций, чем веб-страница. Они дают возможность более быстрого производства и потребления интернет-изданий.

Сетевые сообщества, вероятно, самая многообещающая и всеохватная технология из перечисленных здесь. Они делают возможными сообщения (messaging), ведение блогов, потоки медиа и создание

---

[1] См.: *Maness, J.* (2006) Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries: Webology, 3 (2), Article 25. URL: http://www.webology.ir/2006/v3n2/a25.html (дата обращения: 09.09.2009).

электронных закладок (теггинг). Сообщества, которые снискали массовую популярность в Веб 2.0, – MySpace и FaceBook. Российские аналоги сетевых сообществ – «Одноклассники» и «В контакте».

По данным обзора «Российский рынок периодической печати: состояние, тенденции и перспективы развития, 2007 год»[2], Россия не отстает от мировых тенденций развития Интернета.

Интернет-изданиями пользуется в основном образованная прослойка общества, владеющая необходимым минимумом знаний для работы на компьютере и в Интернете, обладающая достаточными финансовыми и временными ресурсами для подобного времяпровождения, а также желанием читать независимые и зачастую противоречащие друг другу материалы. Основной потребитель информации в Интернете – человек среднего и выше среднего достатка, имеющий интеллектуальную работу и стабильные доходы. Как правило, это люди в возрасте до 45 лет, с высшим или средним специальным образованием, занимающие активную гражданскую позицию и имеющие собственное мнение по основным общественным вопросам[3].

В поисках статуса интернет-СМИ (законодательство РФ)

Как указывают эксперты ЮНЕСКО М. Рандл и К. Конли в специальном комментарии к ст. 19 Всеобщей декларации прав человека ООН[4], право на свободу мнения и слова в информационном обществе тесно связано с развитием ИКТ. Технологии способны открывать каналы, по которым можно обмениваться информацией и выражать свои убеждения.

В российском законодательстве, также как и в международно-правовых актах, свобода слова и право доступа к информации неразрывно взаимосвязаны. Так, согласно ч. 1 ст. 29 Конституции РФ каждому

---

[2] См.: Российский рынок периодической печати: состояние, тенденции и перспективы развития, 2007 год // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. 2008. № 9. URL: http://www.journalist-virt.ru/mag.php?s=200806301

[3] Там же.

[4] См.: *Рандл М.; Конли К.* Задачи инфоэтики в области нейтральных технологий. // Этические аспекты новых технологий. Обзор. Издание на русском языке. М.: Права человека, 2007. С. 20.

гарантируется свобода мысли и слова, а ч. 4 той же статьи – свобода искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом[5]. Интернет-СМИ, несомненно, подпадают под действие данной конституционной нормы.

Нормы Конституции РФ о защите свободы слова, а также о праве доступа к информации развиваются в положениях внутреннего законодательства. Прежде всего, это Закон РФ «О средствах массовой информации» (далее – Закон о СМИ), в ст. 24 которого устанавливаются правила, применяемые к электронным СМИ. Там указывается, что «правила, установленные этим законом для периодических печатных изданий, применяются в отношении периодического распространения тиражом тысяча и более экземпляров текстов, *созданных с помощью компьютеров и (или) хранящихся в их банках и базах данных, а равно в отношении иных средств массовой информации, продукция которых распространяется в виде печатных сообщений, материалов, изображений»*[6] (курсив мой – А.Щ.).

Второй абзац ст. 24 Закона о СМИ распространяет правовой режим радио- и телепрограмм на периодическое распространение массовой информации через системы телетекста, видеотекста и иные телекоммуникационные сети (если законодательством РФ не установлено иное).

В комментарии к Закону о СМИ указывается[7], что под «телекоммуникационными сетями» в том числе понимаются всемирная сеть Интернет и другие сети передачи информации, с помощью которых к сообщениям и материалам может быть предоставлен доступ неограниченному кругу лиц. Вместе с тем законодатель оставляет за собой

---

[5] См.: Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с учетом поправок, внесенных законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30 декабря 2008 г. № 6-ФКЗ и от 30 декабря 2008 г. № 7-ФКЗ). Ст. 29, п. 1 и 4.

[6] См.: Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» (ред. от 25 декабря 2008 г., с изм. от 9 февраля 2009 г.). Ст. 24.

[7] См.: *Моргунова Е.А., Погуляев В.В., Вайпан В.А., Любимов А.П.* Комментарий к Закону РФ «О средствах массовой информации» (постатейный). Издание второе, перераб. и доп. – М.:ЗАО Юстицинформ, 2005.

право устанавливать иные правила, нежели те, что содержатся в данной норме.

Стоит отметить, что понятие «Интернет» законодательно не закреплено, несмотря на то что используется в ряде законов и подзаконных актов.

Так, справочно-правовая система «Консультант Плюс» приводит лишь словарное определение понятия Интернет: «Интернет (англ. Internet) – глобальная компьютерная сеть, дающая доступ к емким специализированным информационным серверам и обеспечивающая электронную почту. Доступ в Интернет и сервис обеспечивается провайдерами»[8].

В статье А. Серго[9] приводится ряд определений из разработанного Комитетом по информационной политике Государственной Думы РФ в начале 2000 г. проекта федерального закона «О регулировании российского сегмента сети Интернет (об использовании глобальных общедоступных информационно-телекоммуникационных сетей, об обмене документами в российском сегменте сети Интернет)».

В законопроекте содержались следующие определения:

«– глобальная общедоступная информационно-телекоммуникационная сеть (интерсеть) – совокупность автоматизированных информационных систем, связанных единой трансграничной телекоммуникационной сетью (Интернет, BBS и другие общедоступные сети);

– российский сегмент интерсети – совокупность адресов в интерсети, подпадающих под юрисдикцию Российской Федерации».

---

[8] *Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.* Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 2006. С. 168.

[9] См.: *Серго А.* Правовые проблемы сети Интернет // ИС. Авторское право и смежные права. 2006. № 8. С. 32-41.

Ресурс Интернета как СМИ: анализ подзаконных актов и судебной практики

Судя по сложившейся в России правовой практике, интернет-сайты в ряде случаев не признаются в качестве средств массовой информации. Это подтверждается подзаконными актами федеральных органов исполнительной власти.

В то же время на уровне судебной практики существуют определенные противоречия. Так, согласно «Положению по созданию и сопровождению официальных интернет-сайтов судов общей юрисдикции Российской Федерации» интернет-сайт суда общей юрисдикции не является средством массовой информации и не регистрируется в соответствии с законодательством РФ о СМИ[10].

Аналогичная позиция приведена и в Приказе Федеральной миграционной службы от 3 мая 2007 г. № 98 «Об официальном интернет-сайте ФМС России (www.fms.gov.ru)», в котором говорится, что официальный интернет-сайт ФМС России не является средством массовой информации и не регистрируется в соответствии с законодательством РФ о СМИ[11].

Однако в одном из недавних постановлений ФАС Северо-Западного округа приводится иная точка зрения.

Судами установлено, что 1 октября 2007 г. на сайте www.zaks.ru была опубликована статья А. Дьяченко «Запесоцкий в Лисьем Носу „намыл“ границу РФ». Суды ошибочно указали на то, что спорная публикация не является воспроизведением сообщений и материалов или их фрагментов, распространенных другим средством массовой информации, и не получена от информационного агентства – ООО «Медиа.СПб», поскольку в статье

---

[10] См.: Положение по созданию и сопровождению официальных интернет-сайтов судов общей юрисдикции Российской Федерации (утв. Постановлением Президиума Верховного Суда РФ от 24 ноября 2004г.). Приводится по справочно-правовой системе «Консультант Плюс».

[11] См.: Приказ ФМС России от 3 мая 2007 г. № 98 «Об официальном интернет-сайте ФМС России (www.fms.gov.ru)» (в ред. от 30 ноября 2007 г.).

отсутствует ссылка на данное информационное агентство, а статья А. Дьяченко, опубликованная 1 октября 2007 г. на сайте www.zaks.ru, по своему названию и содержанию в целом отличается от публикации ответчика.

В тексте спорной статьи содержится указание на размещение оспариваемых сведений на информационном портале www.zaks.ru, а из анализа текста следует, что он воспроизводит материал, опубликованный на этом сайте, и представляет собой субъективное мнение автора материала (об этом свидетельствуют многочисленные вводные слова, указывающие на принадлежность каждого утверждения автору ретранслируемого материала). Отсутствие прямого указания в спорной статье на информационное агентство *не влияет на возможность установления и привлечения лица (владельца сайта) к ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации*. Согласно ст. 57 Закона о СМИ редакция, главный редактор, журналист не несут ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство граждан и организаций либо ущемляющих права и законные интересы граждан, либо представляющих собой злоупотребление свободой массовой информации и (или) правами журналиста:

– в случае если они получены от информационных агентств;

– в случае если они дословно воспроизводят сообщения и материалы или их фрагменты, распространенные другим средством массовой информации, которое может быть установлено и привлечено к ответственности за данное нарушение законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации [12].

В другом случае мы опять сталкиваемся с отказом признать сайт в Интернете в качестве средства массовой информации. Арбитражный суд

[12] См.: Постановление ФАС СЗО от 30 апреля 2009 г. по делу № А56-8821/2008. Приводится по справочно-правовой системе «Консультант Плюс».

г. Москвы применил норму законодательства о средствах массовой информации, которая, со ссылкой на несоблюдение нормы статьи 57 Закона о СМИ, обязывает опубликовать опровержение сведений, наносящих ущерб деловой репутации юридического лица.

В судебном решении указывается: «Утверждения, содержащиеся в первом предложении, второй части второго предложения и в третьем предложении, призваны сформировать у читателей убеждение в нарушении истцом требований законодательства – совершении незаконных сделок с имуществом Банка. Доказательств того, что перечисленные сведения соответствуют действительности, ответчиками не представлено. Ссылка на то, что данная информация получена с сайта www.compromat.ru, не освобождает Ответчика – ООО «Редакция газеты „Московский корреспондент“» – от обязанности опубликовать опровержение порочащих сведений. *Указанный сайт не является ни средством массовой информации, ни информационным агентством»*[13].

Еще один пример неоднозначности судебных решений приведем из «Обзора кассационной практики судебной коллегии по уголовным делам Верховного Суда РФ за 2007 год»[14].

В 2006 г. гражданин С., обвиняемый по ч. 3 ст. 303, ч. 4 ст. 33, ч. 1 ст. 307 УК РФ, был оправдан Курским областным судом за отсутствием в деянии состава преступления с признанием за ним права на реабилитацию.

С. обратился в суд с ходатайством о возмещении ему имущественного ущерба, а также просил компенсировать ему моральный вред: обязать прокуратуру Курской области *через средства массовой информации и Интернет сделать сообщение* о его реабилитации; направить письменное сообщение о принятых решениях, оправдывающих его, по месту его работы, а также указал на обязанность прокурора принести ему письменное официальное извинение за причиненный вред.

---

[13] Решение арбитражного суда г. Москвы от 11 июля 2008 г. по делу № А40-22919/08-51-189. Приводится по справочно-правовой системе «Консультант Плюс».

[14] См.: Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 2008. № 9.

Постановлением Курского областного суда от 13 декабря 2006 г. требования С. были удовлетворены частично: в частности редакции газет «Друг для друга» и «Курск» обязывались в течение 30 суток опубликовать сообщения о реабилитации С., а также сообщить об этом в адвокатскую палату Курской области.

В кассационной жалобе С. выразил несогласие с постановлением суда и поставил вопрос о его отмене с направлением дела на новое судебное рассмотрение.

В возражении на кассационную жалобу прокурор просил оставить постановление без изменения, полагая, что суд сделал правильный вывод, что *требование ст. 136 УПК РФ на Интернет не распространяется.*

В то же время в более раннем Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 г. № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» совершенно определенно указывается, что «судам следует иметь в виду, что в случае, если не соответствующие действительности порочащие сведения были размещены в сети Интернет на информационном ресурсе, зарегистрированном в установленном законом порядке в качестве средства массовой информации, при рассмотрении иска о защите чести, достоинства и деловой репутации необходимо руководствоваться нормами, относящимися к средствам массовой информации»[15].

Как видим, *отечественная судебная практика до сих пор не выработала единообразного подхода в отнесении Интернета к средствам массовой информации:* в одних случаях веб-сайты признаются в качестве СМИ, в других – нет.

Налицо и другая, не менее существенная, проблема – наряду с *противоречиями и разночтениями в имеющихся судебных актах* мы сталкиваемся с *явной недостаточностью судебной практики* по интересующей нас проблематике.

---

[15] См.: там же.

Отдельный вопрос – о правовом статусе блогов.

Интересно сравнить российский и зарубежный опыт решения данной проблемы, в частности США.

В январе 2005 г. суд в Калифорнии, в котором рассматривалось дело компании Apple против трех блоггеров, ответственных за утечку внутрикорпоративной информации о выходе новых продуктов, вынес предварительное решение, в котором говорилось, что блоггеры в США не находятся под защитой законодательства о журналистской деятельности. Было признано, что блоггеры не имеют того же статуса, что и журналисты, и, следовательно, ограничены в том, какую информацию они могут распространять в своих блогах. Сами же блоги, как указал суд, не могут быть приравнены к СМИ. Таким образом, решение было принято не в пользу блоггеров[16].

В России не было прецедентов наделения блога специальным статусом. Можно предположить, что он обладает таким же статусом, что и любой другой веб-сайт, однако СМИ не является. Законодательное определение сайта в российском законодательстве также отсутствует.

Следует, однако, учесть, что 26 февраля 2007 г. Кафедра ЮНЕСКО по авторскому праву и другим отраслям интеллектуальной собственности вынесла экспертное заключение, в котором указывается, что интернет-сайт (а следовательно, и блог) по определению не может быть признан средством массовой информации в понимании ст. 2 Закона о СМИ и на него не распространяется правовой режим, который установлен для СМИ.

В заключение сделаем следующие выводы.

Первое. Нормативно-правовое регулирование СМИ в отношении российского сегмента Интернета должно развиваться в соответствии с общепризнанными принципами и нормами международного права, а также

---

[16] См.: *Дикман С.* Правовой режим блога // Автономная некоммерческая организация «Юристы за конституционные права и свободы» URL: http://www.jurix.ru/files/91.pdf.

реализуемыми при участии РФ международными программами и проектами. При этом необходимо учитывать основополагающие международно-правовые документы, регулирующие информационную сферу. Кроме того, должно учитываться мнение гражданского общества и его представителей – ведущих неправительственных организаций, вовлеченных в работу по обеспечению информационных прав личности.

Второе. Интернет представляет собой уникальный социокультурный феномен, который может рассматриваться как в технологическом, так и в гуманитарном измерении. При рассмотрении связанных с ним явлений и процессов *с позиций обеспечения свободы слова и права доступа к информации*, являющихся основой функционирования электронных СМИ, равно как и при реализации иных прав человека и основных свобод, приоритет должен отдаваться человеческому измерению, которым, собственно, и определяется интерактивность Интернета. В эпоху информационного общества пользователь выступает не только в качестве пассивного потребителя информации, но и формирует содержание интернет-страниц, самостоятельно или совместно с другими пользователями. Интернет становится универсальной площадкой или трибуной для реализации свободы слова, так как теоретически создаваемые пользователями ресурсы могут быть доступны всякому другому пользователю.

Третье. В достаточной мере эффективным представляется саморегулирование Интернета, что отражает его природу как саморегулирующейся информационной системы, не управляемой из некоего определенного центра. Особенно это касается интернет-ресурсов, содержимое которых наполняется самими пользователями. Прежде всего, это личные виртуальные дневники (блоги), социальные сети и форумы. Владельцы сайтов и сообщества пользователей Интернета разрабатывают собственные правила, безусловно, не имеющие юридической силы, однако за выполнением которых следят лица, ответственные за функционирование того или иного ресурса Интернета (в частности, администраторы сайтов). Эти

нормы по-своему воспроизводят действующие положения законов о борьбе с экстремистской деятельностью в Интернете, защите конституционного строя, нравственности, прав и свобод других лиц и т. д.

Таким образом, на современном этапе развития информационных технологий наиболее эффективным методом регулирования Интернета как средства массовой информации представляется сочетание законодательного регулирования и саморегулирования интернет-пространства. Причем меры саморегулирования Интернета в целях повышения их эффективности нуждаются в совершенствовании. Безусловно, в эту задачу входит также повышение уровня общественного правосознания, правовой и информационной культуры пользователей Интернета.

Четвертое. Для целей эффективного правового регулирования правоотношений, связанных с функционированием Интернета как СМИ необходимо преодолеть двусмысленность определений либо восполнить их отсутствие. Все понятия, возникшие в последнее время в связи с формированием информационного общества, должны быть четко определены в федеральном законе, так как мы имеем дело со сферой реализации прав человека, где необходимо именно законодательное, а не подзаконное регулирование. Определять понятия следует, исходя из мирового опыта, вводя в практику относящиеся к данной сфере существующие и вновь принимаемые международные акты. Необходимо критически переосмыслить также как российскую судебную практику, так и передовой зарубежный опыт публично-правового регулирования информационной сферы.

Пятое. Недопустимо, чтобы ограничения свободы слова в Интернете по основаниям ст. 55 и 56 Конституции РФ, соответствующих федеральных конституционных и федеральных законов использовались с целью установления режима скрытой или завуалированной политической цензуры. Для этого также необходима четкая и внятная законодательная регламентация таких ограничений по различным основаниям. Отличия

запрещенной Конституцией РФ цензуры от правомерных ограничений свободы слова и права доступа к информации очевидны: если цензура нарушает права человека и основные свободы, то правомерные ограничения, напротив, предпринимаются с целью их обеспечения. Однако в каждом из случаев установления таких ограничений как законодателю, так и правоприменителю необходимо руководствоваться принципами информационной этики.

Шестое. Имеется двусмысленность в вопросе о распространении режима СМИ на ресурсы Интернета. Законодатель непоследователен: режим СМИ распространяется далеко не на все ресурсы Интернета, а в отношении официальных сайтов – в некоторых нормативно-правовых актах специально указывается нераспространение на соответствующие сайты данного режима. Подобная неясность критериев распространения режима СМИ на сайты в Интернете может вызывать пробелы в праве и даже коллизии правовых норм.