

УДК 34.096

Об особенностях правового статуса электронных (сетевых) средств массовой информации по российскому законодательству в свете противодействия диффамации

Старшинов А.Н.

Кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры связей с общественностью и прикладной политологии Казанского (Приволжского) федерального университета

В статье рассматриваются отдельные особенности правового статуса электронных (сетевых) средств массовой информации по российскому законодательству в свете противодействия диффамации. Анализируется складывающаяся судебная практика по указанной проблематике. Установлено, что существующее нормативное регулирование правового статуса электронных средств массовой информации может существенно усложнить процесс судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации в случаях распространения негативной информации в глобальной сети Интернет через электронные СМИ.

Ключевые слова: честь, достоинство, деловая репутация, судебная защита, средства массовой информации, диффамация, информационное право, судопроизводство, электронные (сетевые) СМИ.

В настоящее время очевидно, что Россия вступила в эпоху информационного общества, где большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации. Новая информационная эра связывает мир воедино информационно-коммуникационными системами, где главенствующую роль играет глобальная информационная сеть Интернет, оказывающая воздействие на все сферы общественной жизни. Особое ее влияние ощущается в информационной деятельности электронных средств массовой информации, что актуализирует проблематику определения особенностей правового статуса сетевых изданий в нашей стране в свете противодействия диффамации.

В отечественных исследованиях существует два основных подхода к определению сущности глобальной информационной компьютерной сети. Первый рассматривает Интернет как совокупность средств массовой информации, второй как среду, которую может использовать каждый желающий, включая подготовку массовой информации на профессиональной основе. В рамках первого подхода выделяются два направления. С одной стороны, информационная сеть представляется как СМИ с собственной структурой и разделением по тематикам, целям, а также иным признакам, ко второму направ-

лению относят электронные версии газет и журналов, выпускаемые профессиональными журналистскими редакциями [1].

Принято считать, что второй подход появился в противовес первому, поскольку в Интернете существует множество ресурсов и сервисов, которые невозможно отнести к традиционным СМИ (телевидение, радио, печатные издания). Последние занимаются только производством и распространением информации, рассчитанной на широкий круг потребителей, а интернет функционально отличается от них. По мнению М.К. Раскладкиной «к сетевым средствам массовой информации можно отнести часть ресурсов платформы WWW (World Wide Web, Всемирная паутина, Веб), что составляет содержание, интеллектуальную наполняющую (контент) интернета. В интернете, помимо Веба, существуют другие ресурсы и сервисы, также выполняющие функции социальной коммуникации, но по определению не являющиеся СМИ: каталоги, ftp-архивы, библиотеки текстов, электронная почта, чаты, доски объявлений» [2].

Западный опыт свидетельствует, что с появлением в 1994-1996 гг. специализированных программ – графических браузеров, которые значительно облегчили работу в электронной среде, сеть становится

ся массовым явлением для пользователей и в это же время поднимается вопрос о признании интернета в качестве масс-медиа. Американские исследователи М. Морис и К. Оган признают интернет средством массовой информации и объясняют суть проблемы определения его как масс-медиа. Она заключается в том, что не всегда возможно назвать интернет средством массовой информации, поскольку «средство передачи информации и сама массовость не определяются точно и должны пересматриваться каждый раз, в зависимости от ситуации. Интернет – это многогранное СМИ, содержащее в себе много видов коммуникаций. Сеть видоизменяет классическую схему коммуникационной модели “источник – сообщение – получатель”, трансформируя ее в новые конфигурации. Коммуникация в интернете принимает различные формы, от WWW-страниц до электронных писем. Каждое звено в цепочке “источник – сообщение – получатель” становится вариативным. При этом в качестве источника может выступать как частное лицо, так и группа журналистов, сообщением может быть – журналистский материал или текст сообщения в чате, а получателем – один человек или потенциальная многомиллионная аудитория». [3] Все многообразие коммуникаций между производителями и потребителями информации в интернете сводится авторами в четыре большие группы: «а) асинхронная, не совпадающая во времени, коммуникация по типу “один – одному”, например, через электронную почту; б) асинхронная коммуникация по типу “многие – многим” (различные электронные доски объявлений, листы рассылки и т.п.); в) синхронная, совпадающая во времени, коммуникация по типу “один – одному”, “один – нескольким” или “один – многим”, организованная вокруг определенной темы, ролевой игры в чатах или сервисах обмена сообщениями; г) асинхронная коммуникация, характеризующаяся тем, что получателю для получения доступа к нужной информации необходимо найти сайт, и построенная по принципу “многие – одному”, “один – одному” или “один – многим” (*Web-сайты, FTP-сайты*)» [3]. Показательно, что Верховный суд штата Нью-Йорк в 1998 г. принял беспрецедентное решение, признав «все интернет-сайты, независимо от их содержания и профессионального уровня, средствами массовой информации. Отныне любой автор, публикующийся в сети, считается журналистом и имеет право получать и распространять информацию так же, как это делают сотрудники печатных СМИ» [цит. по: 3].

В настоящее время по российскому законодательству практически любой сетевой информационный ресурс (сайт, блог, портал) можно отнести к средствам массовой информации, если он обладает признаками, поименованными в ст. 2 Федерального закона «О средствах массовой информации». К ним относятся периодичность, постоянное наи-

менованное (название) и наличие массовой информации. Под периодичностью подразумевается выход издания в свет не реже одного раза в год, под массовой информацией ее предназначение неограниченному кругу лиц в формате печатных, визуальных и иных сообщений, под сетевым изданием подразумевается интернет-сайт, прошедший государственную регистрацию как средство массовой информации в соответствии с законом [4].

Подобный подход законодателя ведет к сложностям в определении правового статуса сайт или блога, которые обладают всеми признаками сетевых изданий, и на которых размещается порочащая кого-либо или недостоверная информация, но которые не зарегистрированы в установленном законом порядке. Причиной этого является тот факт, что современное российское законодательство не содержит обязательных требований государственной регистрации сетевого ресурса, несмотря на то, что он фактически может являться электронным средством массовой информации. Таким образом, существующее федеральное законодательство о СМИ в нашей стране не позволяет однозначно разрешить проблемы, связанные с идентификацией СМИ в Интернете, определить их фактический правовой статус, а также оперативно и достоверно определить порядок защиты от распространения порочащих сведений или иной негативной информации, размещаемой на сетевых ресурсах. Кроме того, законодатель, закрепив лишь возможность регистрации сетевого ресурса, не учел практическую сложность выполнения регистрационных процедур для широкого круга лиц.

Сложившаяся ситуация может серьезно осложнить защиту от диффамации, что отражается в судебной практике, формирующейся в настоящее время. Показательным в этом смысле является судебное разбирательство по иску ООО «ДЕПЮСТ», г. Москва, к ООО «ЕЛЛ РУ» (*YELL.ru*), компании «Контакт ИСТ ХОЛДИНГ АБ», где заявитель просил удалить недостоверные и порочащие его деловую репутацию сведения, размещенные на сайте *YELL.ru*.

Следует отметить, что с первоначальным требованием пострадавшая сторона обратилась в судебные органы в конце 2016 г. Решение суда первой инстанции состоялось в феврале 2017 г. В последующем в ходе процедур обжалования спор был передан на рассмотрение Верховного Суда РФ в начале 2018 г., который, с учетом процессуальных особенностей, лишь в конце марта 2018 г. передал дело на новое рассмотрение снова в суд первой инстанции. То есть на тот момент времени дело в окончательной форме еще не было разрешено. Высшая судебная инстанция отметила, что, отказывая заявителю в удовлетворении требований, нижестоящие суды не учли ряд аспектов, важных для правильного разрешения дела. Так, сайт с порочащими сведениями не был признан ими СМИ из-за отсутствия формальной регистра-

ции, несмотря на то, что фактически он обладал всеми признаками такового. Поэтому судам следовало квалифицировать данный сайт – является он СМИ или не является таковым, поскольку от этого напрямую зависит процессуальная форма рассмотрения заявленных требований истца. В том случае, если сайт является СМИ, дело должно рассматриваться в порядке искового производства, если не является – в форме установления фактов, имеющих юридическое значение. Кроме этого, Верховный Суд России указал, что особенности современных технических средств позволяют размещать информацию различными способами, в том числе путем размещения её в сети Интернет. Причем в ряде случаев установить надлежащего ответчика по делу невозможно. Однако такие обстоятельства не могут лишить юридическое или физическое лицо права на судебную защиту [5]. Таким образом, отсутствие законодательной обязанности регистрировать электронные средства массовой информации приводит на практике к серьезному ухудшению положения лица, в отношении которого распространяются порочащие его сведения.

Немаловажной проблемой в настоящее время является и то, что попытки реформирования действующего информационного законодательства в части регулирования правового статуса электронных средств массовой информации проводятся без учета технических особенностей глобальной информационной сети Интернет. Последние законодательные новеллы от 2011 г., по которым сетевое издание может быть зарегистрировано в качестве СМИ, фактически делают из популярных интернет-ресурсов электронные газеты, так как любой изредка обновляемый сайт может выступать в качестве электронного (сетевого) СМИ.

В текущих условиях становится очевидным, что в нашей стране назрела необходимость трансформации законодательной базы о средствах массовой информации в той ее части, которая регулирует правовой статус сетевых изданий. Причем необходимо не столько внесение изменений в действующий Закон о СМИ, а принятие отдельного нормативного правового акта, регулирующего деятельность СМИ в Интернете. При этом нужно учитывать, что именно

в законодательстве о средствах массовой информации должны быть закреплены такие базовые понятия как сеть Интернет, сайт в сети Интернет, домен, доменное имя, оператор услуг сети «Интернет», сетевой адрес и т.п., а также перечислены случаи обязательной регистрации электронного (сетевого) СМИ. Таким образом будет сформирован легальный понятийный аппарат, служащий базой для дальнейшего развития норм о регулировании деятельности СМИ в глобальной информационной компьютерной сети, и возникнет правовая определенность в вопросах защиты от недобросовестного распространения информации.

Литература:

1. Акопов А.И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник РГУ. – 1998. – № 3. – С. 43-51.
2. Раскладкина М.К. Сетевая пресса как объект коммуникативных исследований // Сб. науч. трудов «Теория коммуникации & прикладная коммуникация». Вестник Российской коммуникативной ассоциации / Под общей ред. И.Н. Розиной. – Ростов-на-Дону: ИУБиП, 2002. – Вып. 1. – С. 223-224.
3. Morris M., Ogan Ch. The Internet as a Mass Medium // Journal of Communication. – 1996. – Vol. 1. – № 4. – URL: <https://academic.oup.com/jcmc/article/1/4/JCMC141/4584353>
4. Верховный суд штата Нью-Йорк признал все интернет-сайты средствами массовой информации. – URL: <https://news.tut.by/world/12086.html>
5. Закон РФ от 27.12.1991 г. № 2124-1 (ред. от 01.03.2020) «О средствах массовой информации» // СПС КонсультантПлюс.
6. Определение СК по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 28 марта 2018 г. № 305-ЭС17-19225 по делу № А40-97932/2015. – URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/71911850/paragraph/66:0>
7. Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СПС Гарант.

On the Peculiarities of the Legal Status of Electronic Media of the Mass Information on the Russian Legislation in the Light of the Counter of Diffamation

Starshinov A.N.

Kazan (Volga Region) Federal University

The article discusses certain features of the legal status of electronic media under Russian law in the light of countering defamation. The emerging judicial practice on this issue is analyzed. It is established that the existing legal regulation of the status of electronic media can significantly complicate the process of judicial protection of honor, dignity and business reputation.

Key words: honor, dignity, business reputation, judicial protection, mass media, defamation, information law, legal proceedings.