

Проблемы правового регулирования в сфере производства и распространения современного медиаконтента

Сальникова Мария Владимировна

Студент (магистр)

Московский политехнический университет, Москва, Россия

E-mail: marya.shapovalova@gmail.com

Статья 19 Международного пакта о гражданских и политических правах провозглашает право на свободное выражение своего мнения, если оно не нарушает права других людей, общественную нравственность и государственную безопасность. Эти ограничения необходимы и установлены законом, потому не являются цензурой и запретом свободы слова.

В 2018 года Совет ООН по правам человека одобрил свободу слова в интернете, если она не служит оправданием ненависти и насилия. Интернет - не зона вне регулирования и не зона с особыми законами [5]. Не любая информация в нем может свободно производиться и распространяться [8]. Иное - злоупотребление свободой слова.

В мире нет полноценных разработок по медиаправу [4], каждое государство решает вопрос регулирования медиаконтента самостоятельно: в Европе применяются аналоги «пакета Яровой», в Казахстане любой сайт приравнен к СМИ [5], в США в местах с общественным Wi-Fi блокируется доступ к нежелательному контенту [1].

В связи с отсутствием цензуры в интернете необходимо разрабатывать способы, позволяющие гарантировать соблюдение требований законов, включая Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее - Закон о СМИ).

По статье 8 Закона о СМИ сайт, не зарегистрированный в качестве СМИ, не является СМИ. Вне правового поля оказываются новые медиа: интернет-СМИ без свидетельств о регистрации [6]; блогерские платформы; телеграм-каналы; соцсети; медиаконтент, не имеющий расписания в «эфире» (стримы, видеоролики, подкасты). Для краткости будем именовать контентмейкеров «новых медиа» блогерами - их намного больше, чем других.

Ответственность у СМИ выше, чем у новых медиа, т.к. население будто бы больше доверяет СМИ [4]. Хотя много и тех, кто не верит СМИ. Порой, например, при ЧП, когда нет официальных сведений [2], степень воздействия новых медиа на аудиторию выше, чем у СМИ, т.к. новые медиа якобы не зависимы от политики, редакции и денег [7], а потому объективны. Это не так: у блогеров даже нет обязанности быть объективными, они не выполняют функцию информирования. При этом выполняют иные функции СМИ: формирование общественного мнения и распространение ориентиров и оценок. В итоге новые медиа вправе почти безнаказанно излагать суждения под видом фактов, насаждать свою точку зрения подписчикам (что опасно, т.к. в массе блогеры - дилетанты [5]), давать оценки событиям, участвовать в информационных войнах. Субъективность может определяться личной позицией автора или мнением его спонсоров: блогер может распространять недостоверную информацию из идейных соображений или за плату.

На новые медиа не распространяются ограничения и запреты злоупотребления свободой массовой информации и правами журналиста. Если журналисты пренебрегают требованиями о сохранении баланса между информированием и злоупотреблением свободой слова, о нейтральности тона и достоверности сведений, не выполняют требования Закона о СМИ, то блогеры еще меньше ограничены. Ради «лайков» и «хайпа» они могут поставлять некачественный, противоправный и аморальный контент: материалы о частной жизни лиц, нецензурную брань, сцены насилия и жестокости, сведения в военной области

и т.д. В ряде случаев блогеры могут быть привлечены к гражданско-правовой (по ст.152 ГК РФ), административной, уголовной (ст.ст. 128.1, 137, 207.1, 207.2 и 207.3, 280.3, 280.4, 282.4, 283, 284.2, 354.1 УК РФ) ответственности [4]. Но к уголовной ответственности из-за наличия сходных составов сложно привлечь, а административная ответственность отсутствует (например, по ст. 5.61.1 КоАП РФ) или представляет собой небольшой штраф (ст.ст. 6.13, 13.14, 13.48, 20.3 КоАП РФ). По мнению Верховного Суда РФ, лица, не зарегистрированные в качестве СМИ, несут ответственность без учета особенностей законодательства о СМИ. Поэтому применение санкций по ст. 13.15 КоАП возможно при расширительном толковании статьи и/или если блогер зарегистрировался в качестве СМИ. Кроме того, из-за обилия контента его сложно отслеживать и привлекать авторов к ответственности, даже если наказание сурово (ст.ст. 6.21, 6.21.2, 20.1, 20.3.3 КоАП РФ, уголовная ответственность).

В отличие от журналиста, блогер почти не связан требованием проверять информацию. Поэтому в новых медиа чаще, чем в СМИ, размещается недостоверный контент. Причиной недостоверности могут быть: ангажированность участников, погоня за сенсациями, отсутствие времени на проверку [2].

Предлагается:

1. Разработать легальные понятия для новых медиа.
2. Приравнять новые медиа к СМИ, чтобы применять ст. 13.15 КоАП, а не отдельные статьи.
3. Обязать новые медиа проверять достоверность контента.
4. Проводить проверки материалов новых медиа (возможно, с привлечением народного контроля).
5. Привлекать к ответственности СМИ и новые медиа, умышленно размещающие недостоверную информацию в целях поддержания информационной войны.

Некоторые исследователи полагают, что нет ни одного доказанного случая, когда противоправная информация из блога привела бы к действительному совершению преступления [3]. Статистика говорит об обратном.

Источники и литература

- 1) 1. Геляхова Л.А. Особенности правового регулирования борьбы с распространением терроризма в социальных сетях. Краснодар, 2018.
- 2) 2. Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования. Часть I Трансформация глобального информационно-коммуникационного пространства в интернете. /под ред. И. Засурского. М., 2007.
- 3) 3. Интернет-СМИ: Теория и практика. / под ред. М.М. Лукиной. – М., 2010.
- 4) 4. Макашова В.В. Правовое регулирование медиа. М., 2022.
- 5) 5. Мирошников Б.Н. Сетевой фактор. Интернет и общество. – М., 2015.
- 6) 6. Морозов С.С. Проблемы правового регулирования интернет-СМИ в Российской Федерации в 2021 году // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-pravovogo-regulirovaniya-internet-smi-v-rossiyskoy-federatsii-v-2021-godu>.
- 7) 7. Олешко В.Ф., Мухина О.С. Этико-правовой аспект деятельности медиафрилансеров цифровой эпохи // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etiko-pravovoy-aspekt-deyatelnosti-mediafrilanserov-tsifrovoy-epohi>.
- 8) 8. Панкеев И.А. Правовое регулирование СМИ. М., 2019.