

Новая европейская модель регулирования социальных медиа платформ: точки бифуркации

Булгаков Андрей Эдуардович

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Кафедра конституционного и муниципального права, Москва, Россия

E-mail: andrew@bulgakoff.net

Традиционные средства массовой информации стремительно теряют монополию на распространение общественно значимой информации. В области обеспечения коммуникации в обществе доминирующее положение заняли социальные медиа платформы, что является причиной конституционно-правового регулирования их деятельности.

На сегодняшний день на территории Европейского союза (далее - ЕС) социальные медиа платформы не несут ответственность за размещаемый пользователями контент и не обязаны осуществлять мониторинг такого контента (ст. ст. 14 и 15 Директивы ЕС о цифровой торговле).

Однако, признавая устаревший характер Директивы ЕС о цифровой торговле и в ответ на громкие политические события, отдельные страны-участники ЕС приняли законодательные акты, предметом регулирования которых является, в том числе, распространение информации посредством социальных медиа платформ. Это, в первую очередь, неоднозначный с точки зрения соответствия сложившимся в правовой системе принципам и подходам немецкий закон о социальных сетях (Network Enforcement Act (NetzDG) [1], а также законодательные акты Франции (Закон о противодействии манипуляциям в период выборов), Австрии (Communication Platform Act (CoPIG) и др. [2].

Фрагментация регулирования деятельности социальных медиа платформ на территории ЕС, а также продолжающийся рост влияния социальных сетей на политические процессы стали причинами принятия Закона о цифровых услугах (Digital Service Act), который начнет действовать на территории ЕС со второй половины 2023 года.

В общем и целом, онлайн платформы и после вступления в силу Закона о цифровых услугах (далее - Закон) не будут нести ответственность за размещаемый пользователями нелегальный контент. Решение сохранить в целом прежний режим, с наибольшей вероятностью связано с высоким риском негативных последствий как для компаний, так и для прав пользователей [3]. Однако Закон предписывает платформам действовать против пользователей регулярно загружающих незаконный контент (ст. 20), и сообщать о «серьезных» преступлениях, представляющих угрозу жизни или безопасности людей (ст. 21). Кроме того, Закон вводит понятие «очень большая онлайн платформа» (very large online platform) и налагает на такие платформы дополнительные обязанности. Таковой считается платформа, услугами которой ежемесячно пользуются 45 миллионов или более пользователей на территории ЕС (ст. 33(1)).

При этом новое европейское регулирование не лишено недостатков, которые, в самом негативном сценарии, могут привести к полной неприменимости новых норм и, как следствие, к возникновению кризисных ситуаций. Внимательное рассмотрение некоторых из них представляется полезным в контексте реформирования российского законодательства о социальных сетях.

Во-первых, следует обратить внимание на широкие определения отдельных категорий. Закон дает возможность Европейской комиссии вмешиваться в модерацию контента

в кризисных ситуациях. Но само понятие кризиса определено чрезмерно широко (ситуация, при которой «чрезвычайные обстоятельства приводят к серьезной угрозе общественной безопасности или здоровью населения в Союзе или в значительных его частях» (ст. 34(a)). Кроме того, довольно широко определяется незаконный контент («любая информация», «не соответствующую законодательству Союза или законодательству государства-члена, независимо от точного предмета или характера этого законодательства» (ст. 3, п. (h)) [4].

Во-вторых, реализация норм Закона во многом зависит от общественных структур, которые не могут быть созданы просто путем принятия нормативного акта - это могут сделать только граждане. Это, например, местные организации, анализирующие угрозы, группы потребителей, помогающие создателям контента, и сообщества исследователей. В случае, если такие организации не будут созданы, многие нормы Закона могут остаться фактически нереализуемыми [5].

Наконец, исследователи отмечают отсутствие полной ясности в отношении комплементарности норм Закона о цифровых услугах по отношению к другим отраслевым нормам, в частности по отношению к законодательству о защите прав потребителей. Социальные медиа платформы перестали быть пространством, предназначенным исключительно для общения или размещения контента. Пространство социальных медиа наполнено рекламой и предложениями о продаже товаров. К сожалению, Закон не учитывает эти рыночные изменения в полной мере и для обеспечения прав потребителей может потребоваться творческая интерпретация некоторых его положений. Например, нарушение запрета на скрытую рекламу, является явным нарушением европейского законодательства о защите прав потребителей и, таким образом, может быть интерпретировано как размещение незаконного контента, понятие которого сформулировано достаточно широко [6].

Источники и литература

- 1) Румянцев А. Немецкий закон о социальных сетях: нормативное закрепление технологического отставания // Сравнительное конституционное обозрение. 2019. № 3(130). С. 27–53.
- 2) Ó Fathaigh R., Helberger N., Appelman, N. The perils of legally defining disinformation // Internet Policy Review. 2021. No. 10(4). URL: <https://policyreview.info/articles/analysis/perils-legally-defining-disinformation> (дата обращения: 17 января 2023).
- 3) Heldt, A.P. EU Digital Services Act: The White Hope of Intermediary Regulation. In: Flew, T., Martin, F.R. (eds) Digital Platform Regulation. Palgrave Global Media Policy and Business. Palgrave Macmillan, Cham. 2022. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-95220-4_4 (дата обращения: 17 января 2023).
- 4) Fahy R., Appelman N., Helberger N. The EU's regulatory push against disinformation: What happens if platforms refuse to cooperate? URL: <https://verfassungsblog.de/voluntary-disinfo/> (дата обращения: 17 января 2023).
- 5) Husovec M. Will the DSA work? URL: <https://verfassungsblog.de/dsa-money-effort/> (дата обращения: 17 января 2023).
- 6) Goanta C. Now What: Exploring the DSA's Enforcement Futures in Relation to Social Media Platforms and Native Advertising. URL: <https://verfassungsblog.de/dsa-now-what/> (дата обращения: 17 января 2023).