РАЗДЕЛ XXVIII. ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

Желуницина М.А.

Развитие правового регулирования социальных медиа

*Финансовый университет при Правительстве РФ (Тульский филиал)
(Россия, Тула)*

doi: 10.18411/lj-06-2020-239

idspr: ljjournal-06-2020-239

*Научный руководитель
Шелкоплясова Н.И.***Аннотация**

С возникновением инновационных технологий и Интернет-ресурсов появляется новое понятие «социальные медиа». Термин является обобщающим всех интернет-ресурсов, главная цель которых обеспечение коммуникации людей.

Развитие правового регулирования социальных сетей и мессенджеров началось с момента их появления. Все начиналось с саморегулирования: каждая соцсеть и мессенджер имеет собственные правила, которые нельзя нарушать пользователям.

С течением времени росло число пользователей и государственный аппарат многих стран не мог не вмешаться в данную сферу. На данный момент многие государства активно принимают меры для регулирования среды социальных медиа.

Ключевые слова: социальные медиа, Интернет, правовое регулирование, коммуникация, развитие.

Abstract

With the emergence of innovative technologies and Internet resources, a new concept of «social media» appears. The term is a generalization of all Internet resources, the main purpose of which is to ensure the communication of people.

The development of legal regulation of social networks and messengers began from the moment of their appearance. It all started with self-regulation: each social network and messenger has its own rules that users should not violate.

Over time, the number of users grew and the state apparatus of many countries could not help but interfere in this area. At the moment, many States are actively taking measures to regulate the social media environment.

Keywords: social media, Internet, legal regulation, communication, development.

В современном мире интернет – одна из важнейших сфер нашей жизни. Люди общаются, обучаются и развлекаются с помощью различных виртуальных площадок. С каждым годом количество пользователей сети увеличивается, растет количество виртуальных средств коммуникации (социальных сетей и мессенджеров).

Социальные медиа набирают популярность и становятся незаменимым фактором общения людей. Мы уже не представляем свою жизнь без интернета. Он почти заменил нам живую реальность. При помощи виртуальных медиа можно поделиться информацией с кем-либо, опубликовать ее на своей страничке в социальной сети или выложить в общедоступные ресурсы. Это доказывает, что социальные медиа являются главным звеном в среде коммуникаций современного общества.

С возникновением инновационных технологий и Интернет-ресурсов появляется новое понятие «социальные медиа», которое на настоящий момент еще недостаточно изучено. Термин «социальные медиа» является обобщающим всех интернет-ресурсов, главная цель которых обеспечение коммуникации людей.

В 2010 г. профессора Высшей школы коммерции (ESCP Europe) А.М. Каплан и М. Хенлейн дали определение социальным медиа. Авторы определяют социальные

медиа как «группу интернет-приложений, которые основываются на идеологических и технологических основах Веб 2.0 и позволяют создавать пользовательский контент и обмениваться им». Автором термина «Веб 2.0» является американский издатель Т. О'Райли – один из главных идеологов свободного распространения программного обеспечения. По его мнению, Веб 2.0 – это тенденция развития интернет-сайтов по схожим принципам, в основе которых лежит нацеленность на социализацию проектов и сервисов, их улучшение самими пользователями. Правоприменение термина «Веб 2.0» многими специалистами оспаривается, вместе с тем очевидно, что этап развития интернета, описываемый Т. О'Райли, привел к появлению социальных медиа. В свою очередь, пользовательский контент является содержательным базисом социальных медиа.

Английский социолог Д. Мёрти отмечал: «В широком смысле социальные медиа означают множество относительно недорогих и широкодоступных электронных инструментов, позволяющих любому человеку публиковать и получать информацию, сотрудничать и выстраивать отношения с другими людьми».

По мнению Д. Торнли: «Социальные медиа – это онлайн-коммуникация, в которой индивидуум плавно и гибко меняет свою роль, выступая то в качестве аудитории, то в качестве автора. Для этого используется социальное программное обеспечение, которое позволяет любому без специальных знаний в области кодирования размещать, комментировать, перемещать, редактировать информацию и создавать сообщества вокруг разделяемых интересов» [4].

Стоит выделить ряд преимуществ таких онлайн-платформ: во-первых, пользователи могут не только общаться друг с другом, но также публиковать контент, то есть являться авторами содержания интернет-ресурсов, во-вторых, могут объединяться в сообщества единомышленников и продвигать собственные идеи. Кроме того, все популярнее становится тенденция ведения бизнеса при помощи социальных сетей, пользователи могут продавать не только товары, размещая данные о них в сети, но также и информацию, которая актуальна для данного круга лиц (например, чек-лист «Как отрастить длинные волосы»).

Важной особенностью социальных медиа является то, что пользователи одновременно являются и авторами, и потребителями информации, это упрощает коммуникации с аудиторией и получение обратной связи. Более того, если информация устаревает, всегда есть возможность корректировки и обновления.

Почти каждый человек в наше время зарегистрирован в различных онлайн-пространствах. Примерами самых известных интернет-сайтов, которые относятся к социальным медиа, являются YouTube, Facebook, Twitter, ВКонтакте, Instagram и тд. Каждый из них имеет сильную систему администрирования, определенный интерфейс и специфику, что делает каждый индивидуальным [3].

Каждая социальная сеть имеет свою направленность и цель. По типу межличностных связей социальные медиа можно классифицировать по группам:

1. Универсальные социальные медиа (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники). Данный вид является наиболее популярным среди пользователей. Особенностью является объединение функций общения, поиска людей, объединения в сообщества, организации мероприятий, публикации рекламы, ведения блога, размещения фотографий и видеороликов, а также возможность прослушивания музыки. Неудивительно, что этот вид социальных медиа имеет наибольшее количество пользователей.

2. Социальные медиа дневникового типа (Twitter, Live Journal). Их обычно называют «блог платформами», так как предназначение данных сетей – это публикация собственных мыслей и собственного мнения.

3. Социальные медиа, специализирующиеся на объективных межличностных связях (LinkedIn, Профессионалы.ру). Их задачей является поиск и установление деловых связей для дальнейшего общения на профессиональные темы, обмен информацией, поиск работы, развитие деловых отношений [4].

4. Социальные медиа, направленные на общение (Tinder, Couchsurfing). Это сайты знакомств, отзывов, приложения и сайты, связанные с геокоммуникациями.

5. Социальные медиа для совместного редактирования информации. (Википедия, Яндекс Карты). Разработчики данных сайтов ставят задачу возможности совместного редактирования информации, с целью их грамотной работы [6].

Социальные медиа – это свобода общения, самовыражения и поиска информации. Однако вместе с преимуществами у данной сферы имеются и недостатки. Пользователем социальных медиа может стать абсолютно любой человек, в том числе и незаконопослушный. Такие пользователи вполне могут опубликовать комментарий, который оскорбляет другого пользователя, нарушить авторские права или взломать аккаунт и украсть персональную информацию. Отсюда возникает необходимость правового регулирования данной сферы отношений.

Попытки регулирования социальных сетей и мессенджеров предпринимались с момента их появления. В начале действовали только механизмы саморегуляции. Каждая соцсеть и мессенджер имели собственные правила, которые не разрешалось нарушать пользователям. Нарушители попадали под санкции социальной сети, с ними разрывали пользовательские соглашения. Однако с течением времени, когда социальные медиа начали набирать популярность, росло число пользователей, и эти механизмы оказались не совсем эффективными. Потребовалось вмешательство государственного аппарата в данную сферу. На данный момент, ни к одной стране нет кодифицированного законодательства, регулирующего Интернет, но принимаются нормативные акты, регулирующие отдельные аспекты.

Так, например, в Германии 30 июня 2017 года был принят закон «О мерах в отношении социальных сетей», с 1 января 2018 года он вступил в силу. Закон обязывает сетевые платформы, такие как Facebook, Instagram, Twitter и YouTube, удалять «незаконный контент», признаваемый таковым по 22 разделам уголовного кодекса. «Незаконный контент» подразумевает широкий круг противоправных деяний: от оскорбления представителей власти до прямых призывов к насилию. Отступление от правовых норм влечет наказание в виде штрафа в размере до 50 млн. евро [7].

Во Франции действует с 2000 года требуется регистрация пользователей Интернет-ресурсов. За предоставление неполных или неверных сведений о себе грозит тюремное заключение сроком на полгода. Кроме того, за кражу и использование персональных данных в сети Интернет предусмотрена уголовная ответственность в виде штрафа или лишения свободы на срок до 1 года [9].

В Китае создан «Великий китайский щит» — система фильтрации содержимого Интернета в КНР. «Щит» представляет собой систему серверов на интернет-канале между провайдерами и международными сетями передачи информации, которая фильтрует информацию [8].

В РФ с 2011 г. проводится работа в двух направлениях. Ведется борьба с угрозами безопасности общества и с нарушениями личных прав граждан (пиратством, нарушениями тайны частной жизни, распространением информации, порочащей честь и репутацию).

В 2014 г. вступил в силу федеральный закон № 97-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей», выводящий ограничения для популярных блогеров. Государство предприняло попытку регулирования деятельности социальных сетей с целью пресечения угроз безопасности общества. Согласно нормам данного закона, соцсети, у которых аудитория за сутки превышала 3000 человек, приравнивались к СМИ, автор записи нес ответственность за комментарии к другим пользователям, даже если удалял их. Был создан реестр блогеров, который должен был заполняться на основе информации, получаемой с счётчиков посещаемости соцсетей. Для этого организаторы связи должны были зарегистрироваться в едином реестре

Роскомнадзора. Некоторые крупные площадки такие как, Facebook и Twitter отказались это сделать, заявив, что у них нет технических средств контроля посещаемости страниц блогеров. Закон практически не работал, не известно случаев блокировок и штрафов [2].

В 2017 г. была внесена поправка в закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации», согласно которой «размещение в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети "Интернет", сайта, доступ к которому ограничен по решению Московского городского суда в связи с неоднократным и неправомерным размещением информации, содержащей объекты авторских и смежных прав, или информации, необходимой для их получения с использованием информационно-телекоммуникационных сетей не допускается» [3].

В октябре 2018 года был издан закон "О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях". Закон дополняет Кодекс об административных правонарушениях часть 1.2, которая гласит, что «неисполнение должником содержащихся в исполнительном документе требований о прекращении распространения информации и (или) об опровержении ранее распространенной информации в срок, установленный судебным приставом-исполнителем после вынесения постановления о взыскании исполнительского сбора, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от пяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на юридических лиц - от пятидесяти тысяч до двухсот тысяч рублей.» [1].

Таким образом, многие государства активно принимают меры для регулирования среды социальных медиа. Технологии не стоят на месте, постоянно развиваются, а вместе с ними развивается их правовая основа. Наша страна идет в ногу со временем, и с каждым годом все больше законов издается для этой сферы. Отсутствие кодифицированного законодательства – не проблема. С развитием технологий через несколько лет сформируется достаточная основа законов для формирования целостного законодательства.

1. О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Электронный ресурс]: федер. закон от 02.10.2018 N 347-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_307990/ (дата обращения: 17.05.20)
2. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей [Электронный ресурс]: федер. закон от 05.05.2014 № 97-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162586/ (дата обращения 01.05.2020)
3. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [Электронный ресурс]: федер. Закон от 29.07.2017 № 276-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221230/b004fed0b70d0f223e4a81f8ad6cd92af90a7e3b/#dst100040 (дата обращения 30.05.20)
4. Влияние социальных медиа на бизнес-коммуникации. Терминология. [Электронный ресурс]: <http://ecsocman.hse.ru/text/33378753/> (дата обращения 01.05.20)
5. К вопросу определения понятия «Социальных медиа» [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-opredeleniya-ponyatiya-sotsialnye-media/viewer> (дата обращения 17.05.20)
6. Социальные медиа, их виды и правила работы с ними [Электронный ресурс]: <https://semantica.in/blog/soczialnye-media-ikh-vidy-i-pravila-raboty-s-nimi.html> (дата обращения: 11.05.20)
7. Германия: новый закон о социальных сетях [Электронный ресурс]: <https://www.hrw.org/ru/news/2018/02/14/314982> (дата обращения: 11.05.20)
8. Краткая история ИБ в Китае: как возводили Великий китайский файрвол [Электронный ресурс]: <https://habr.com/ru/company/vasexperts/blog/354698/> (дата обращения: 11.05.20)
9. Цифровая трансформация во Франции: правовые новеллы [Электронный ресурс]: <https://law-journal.hse.ru/data/2019/12/30/1511214533/%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf> (дата обращения: 11.05.20)