

**МОНАХОВ Виктор Николаевич** – старший научный сотрудник сектора информационного права ИГП РАН, профессор кафедры ЮНЕСКО по авторскому праву и другим отраслям права интеллектуальной собственности (Москва), член Российского комитета Программы ЮНЕСКО «Информация для всех»

## СМИ В XXI ВЕКЕ: ПРАВОВЫЕ ГРАНИ РАЗВИТИЯ<sup>1</sup> (часть 1)

### Новое прочтение старой аббревиатуры

Проделанный профессором М.А. Федотовым интересный и глубокий анализ специфики проявлений средства массовой информации в качестве объекта права позволил ему прийти к совершенно справедливому выводу о том, что «средства массовой информации могут быть интерпретированы как “*объект права sui generis, сконструированный как юридическая фикция*”<sup>2</sup>. Согласно классическому определению Г.Ф. Дормидонтова, под юридической фикцией следует понимать допускаемый объективным правом «известный прием мышления, состоящий в допущении признания существующим заведомо не существующего и наоборот»<sup>3</sup>. Говоря о СМИ, отмечает М.А. Федотов, мы также имеем дело с юридической фикцией, «поскольку в реальности существует каждый отдельный экземпляр каждого отдельного номера газеты, но не существует газеты как некоего обобщенного объекта, объемлющего как все вышедшие ранее, так и все будущие номера этого периодического издания».<sup>4</sup>

Как представляется, окружающая нас в эпоху информации и знания действительность дает нам все большее число сигналов о том, что век этой юридической фикции начинает клониться к закату... Ее востребованность в мировой системе правового регулирования массовых информационных отношений постепенно ослабевает. Именно *контент* теперь будет находиться во главе угла, править бал и т. д., а средства его доставки постепенно, но неотвратимо будут отходить на периферию общественного интереса.

Среди прочего, в пользу этого тезиса говорит тот факт, что по всему миру все большее число медийных законодательных актов последнего времени отказывают (в том числе и в своих названиях) категории «средства массовой информации» в праве быть основным предметом своего регулирования.

Формулу смены вектора этого регулирования можно представить следующим образом: от правового опосредования ответа на вопрос «как» к нормативно-правовому закреплению ответа на вопрос «что». Или еще лаконичнее: этап развития «Как» и этап развития «Что».

Основным содержанием этапа развития «Как» являлся поиск и закрепление в праве ответа на вопрос, с помощью каких технологических (печатать, радио, телевидение) и организационно-правовых (СМИ, редакция СМИ, телерадиопрограмма) *средств* социально и лично потребная информация доставляется ее потребителям.

Этап развития «Что» формулирует более содержательные вопросы. В частности, такие: Каков должен быть правовой механизм обеспечения надлежащего уровня культуры реализации свободы массовой информации? Какова специфика виртуальной и мультимедийной среды обитания свободы массовой информации? С какими качественными параметрами и в каком количестве контент может образовывать некую минимальную *информационную потребительскую корзину*<sup>5</sup>? Каким должно быть содержание *права* субъектов современного глобализованного общества информации и знаний на *универсальную информационную услугу*?

Например, в Германии ответ на последний вопрос формируется в ходе обеспечения пользователей двумя основными информационными продуктами - *вещательными* и *телекоммуникационными* услугами. В рамках телерадиовещательных отношений этот элемент именуется *Grundversorgungsaufgabe*

<sup>1</sup> Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ (проект 06-06-80302-а) Моделирование информационного пространства гражданского общества. Организационные и правовые аспекты 2006 - 2008 с использованием справочной правовой системы «КонсультантПлюс 3000»

<sup>2</sup> Федотов М.А. Право массовой информации в Российской Федерации. - М.: Международные отношения, 2002. - С.176.

<sup>3</sup> Дормидонтов Г.Ф. Классификация явлений юридического быта, относимых к случаям применения фикций. - Казань, 1895. - С.136.

<sup>4</sup> Федотов М.А. , указ. соч., там же.

<sup>5</sup> Обновленная в своем содержании федеральным законом от 31.03.2006 г. №44 ФЗ "О потребительской корзине в целом по Российской Федерации" потребительская корзина россиянина, наряду с классическими натуральными показателями, характеризующими его уровень потребления (продукты питания, одежда, жилье), впервые включила в себя и нематериальные категории - «Услуги культуры и другие виды услуг»

(задача основного, базового обеспечения) зрителей и слушателей «телерадиопрограммами, которые в наибольшей степени соответствуют классической миссии телерадиовещания – способствованию расширению многообразия мнений».

В рамках же интернет-отношений под «универсальными услугами» в Германии понимают «минимальное предложение телекоммуникационных (интернет-) услуг для общественности, для которых установлено определенное качество и к которым должны иметь доступ все пользователи независимо от своего местожительства или работы за доступную цену».

Доминирующими предметами регулирования модернизированных в последние годы законов о прессе и о других средствах массовой информации становятся отношения, направленные на воплощение соответствующих целевых установок, ценностных ориентиров, зачастую прямо выносимых в названия новационных законодательных актов XXI века.

В мировом информационно-правовом пространстве одной из первых ласточек отмеченной законотворческой тенденции стал закон Дании от 6 июня 1991 г. «Об ответственности прессы». С моей точки зрения, несущей конструкцией датской модели законодательного решения «проклятого» вопроса о механизме социальной ответственности прессы является удачно осуществленное в ней *сопряжение усилий* (в последнее время, терминологически выражаемое как *сорегулирование*) на этом чрезвычайно политически чувствительном направлении работы двух ее основных участников - *Государства и Гражданского Общества*.

Данная модель содержит достаточно много разнообразных проявлений указанного сопряжения, но, пожалуй, основным является закрепленный нормой ст. 41 закона Дании «Об ответственности прессы» механизм формирования органа, выполняющего функции своеобразного государственно-общественного рефери, судьи на национальном информационном поле. В Дании этот орган называется **Комиссия по делам прессы** и формируется следующим образом.

Организационно-правовой *формой* утверждения в должности всех восьми членов Комиссии является акт, подписываемый министром юстиции Дании. Но этот акт лишь придает завершающую юридическую форму содержательной составляющей этих кадровых решений, которая определяется независимой волей целого ряда субъектов государственной, общественной и профессиональной жизни датского королевства. Председатель Комиссии и его вице обязательно должны быть юристами и утверждаются в этих должностях по рекомендации председателя Верховного суда Дании. Двое членов — по рекомендации Союза журналистов, двое других назначаются в качестве представителей редакторов печатных СМИ, радио и ТВ. Наконец, еще двое — в качестве представителей широкой общественности, по рекомендации очень авторитетной организации — Датского Совета по общественному мнению. В результате датчане получают «на выходе» этой процедуры орган специальной информационно-правовой юрисдикции, как в капле воды отражающий в своем персональном составе интересы в широком смысле всего датского общества, а не только одной – журналистской - профессиональной корпорации или государства.

Кстати говоря, успешно действовавшая в период с 1994 по 2000 год на информационном пространстве России Судебная палата по информационным спорам при Президенте России по большинству параметров своей организации и деятельности представляла собой очень близкую датской Комиссии по делам прессы институцию<sup>6</sup>. В этом я имел возможность убедиться лично, в ходе стажировки на юридическом факультете Копенгагенского университета в 1994 г.

Будем надеяться, что сформированная с участием нескольких десятков разнообразных общественных организаций в Москве летом 2005 г. двухпалатная (медиа-сообщества и медиа-аудитории) **Общественная Коллегия по жалобам на прессу**<sup>7</sup> сумеет освоить и творчески развить в своей деятельности как опыт датской Комиссии по делам прессы, так и опыт своей отечественной предтечи.

Новая информационно-коммуникативная реальность XXI века указанную выше тенденцию в правовом опосредовании общественных отношений в связи и по поводу массовой информации активно стимулирует. С **2003 г.** в ряде европейских государств на смену законам о печати и других средствах массовой информации приходят законы о свободе слова. В декабре 2005 г. Европейской Комиссией обнародован проект внесения изменений в основной нормативно-правовой акт, регулирующий международно-правовые отношения объединенной Европы по телевидению, известный как Директива «О трансграничном телевидении» или Директива «Телевидение без границ». В числе прочего, изменения коснулись и ее названия, также отражающие отмеченную выше тенденцию. Теперь Директива будет называться «Об аудиовизуальных медиа-услугах». Видимо, действительно приходит время нового

<sup>6</sup> см. об этом: Информационные споры: как в них победить? Решения, рекомендации, экспертные заключения Судебной палаты по информационным спорам при Президенте РФ. - Под ред. А.К. Симонова, составитель А.К. Копейка.- М., «Галерея», 2002.-392 с.

<sup>7</sup> С ее деятельностью, составом, правовым статусом и т. д. можно познакомиться на сайте <http://collegium.ruj.ru/>

прочтения содержания старой аббревиатуры СМИ, все чаще понимаемого ныне не как «Средства Массовой Информации», а как «Свобода Массовой Информации»<sup>8</sup>.

Какие же процессы в фактических общественных отношениях в связи и по поводу массовой информации порождают такого рода социально-правовые новации?

### **Новоселье в виртуале. Проблемы правового обустройства**

Начнем с анализа правовой природы сетевых «новоселов» - лишь недавно появившихся в мировой Сети информационных объектов. Для удобства восприятия метафорически представим себе структуру мировой Сети в виде неких поселений, в которых отдельными строениями выступают современные сетевые ресурсы - домашняя интернет-страница, сайт, портал, электронная библиотека, онлайн конференция, чаты, службы мгновенного сообщения типа ICQ и MSN, электронная почтовая рассылка в популярном формате RSS или столь модный сегодня блог<sup>9</sup>.

Каждое из этих сетевых «строений» по общему правилу представляет собой информационный объект, содержанием которого являются размещаемые на нем и периодически обновляемые сведения, сообщения и материалы, по общему правилу предназначенные для неопределенного круга лиц. Иными словами эти объекты распространяют не что-нибудь, а именно «массовую информацию» в понимании нормы ст. 2 Закона РФ "О СМИ".

Следовательно, правовая природа данных информационных объектов своей содержательной стороной достаточно близка правовой природе классических средств массовой информации, являясь в терминологии ст. 2 Закона РФ "О СМИ" «иной формой периодического распространения массовой информации».

Поскольку эти «иные формы» различаются своими технологическими, информационно-коммуникационными возможностями, постольку они должны обладать разными правовыми качествами. В том числе, разными правовыми режимами своего создания и функционирования.

Именно в русле этой логики и поступает современный зарубежный законодатель, формируя для этих близких, но не тождественных объектов правового регулирования, адекватные их технологическим реалиям правовые режимы. Естественно, что в ряду этих информационных объектов виртуальной реальности наибольшее приближение к правовому режиму средства массовой информации получают именно информационные сайты.

### **СМИ или не СМИ? Вот в чем вопрос**

В Российской Федерации споры о том, следует ли web-сайты относить к СМИ, возникли еще в конце 90-х годов прошлого века и с разной степенью интенсивностью просуществовали до сегодняшних дней.

Как представляется, наиболее логичную и обоснованную позицию по данной проблеме предложил известный питерский исследователь правовых проблем Сети Виктор Наумов<sup>10</sup>. В логике его подхода, любой сайт - *источник массовой информации*, но отнюдь не любой сайт - *средство массовой информации*. Поскольку, как правильно отмечает В. Наумов, переход в правовое положение СМИ с неизбежностью сопряжен с соответствующими обременениями (новый баланс прав и обязанностей), то это серьезное и юридически значимое действие должно проводиться собственниками и менеджментом тех или иных сетевых ресурсов осознанно и добровольно.

---

<sup>8</sup> См. об этом: Монахов В. От права средств массовой информации к праву свободы массовой информации/ в сборнике "Год 1998: что происходит с независимостью прессы в России". - М.: ИГК, 1999г. - С.29-40.

<sup>9</sup> от английского weblog - "сетевой дневник". Термин введен в 1997 году американским писателем и специалистом по искусственному интеллекту Й. Баргером. Это информационные объекты, содержание которых составляют регулярно добавляемые их посетителями статьи, записи, иные материалы и комментарии. Блоги приемлют практически все - собственное жизнеописание, прямой репортаж с какого-либо интересного мероприятия, впечатления об увиденном в путешествии и т. д. Значительнейшая часть блогонакопительства - результат своеобразного веб-серфинга, т. е. хождения по разным сайтам. Заприметил человек в Сети что-то интересное, написал об этом в своем блоге и дал ссылку. Кто-то сходил по этому адресу, а, вернувшись, оставил свой комментарий. Тем самым блог приобретает качества публичности, поскольку его пополнением занимается уже не один человек, а все зарегистрированные посетители.

<sup>10</sup> См. об этом: Наумов В.Б. Право и Интернет: Очерки теории и практики. - М.: Книжный Дом «Университет», 2002. - С.68-95.

Размышляя о *статусе СМИ*<sup>11</sup>, В. Наумов метафорично интерпретирует его в качестве своеобразных «погон» или «униформы» для СМИ. А за красивые «погоны и униформу», дающие определенные права и преференции (налоговые, таможенные, арендные и т. д.), как, впрочем, и за все в жизни, «надо платить». В частности, - повышенной юридической ответственностью за то, чем виртуальное слово и/или изображение отзовется.

Например, если на страницах «просто сайта» размещаются какие-либо материалы, содержащие призывы к насильственному изменению конституционного строя Российской Федерации или к развязыванию агрессивной войны, то это может повлечь за собой определенную уголовную ответственность. Использование же аналогичного сетевого ресурса в правовом качестве *иного СМИ* (в смысле ст. 24 Закона РФ «О СМИ») в данных составах уголовных преступлений (предусмотренных статьями 280 и 354 УК РФ) будет являться квалифицирующим признаком, влекущим значительно более жесткое наказание.

В то же время, состав ряда других уголовных преступлений с информационным содержанием (например, ст.ст. 129,130, 137 УК РФ) такого рода дифференциации - по *способу* публичного распространения того или иного вида незаконной информации – не содержат.

Наряду с повышенной юридической ответственностью правовой режим СМИ для сайта в определенных ситуациях влечет для его владельцев некоторое ограничение "свободы маневра" в их юридически значимых действиях или бездействиях.

Несмотря на наличие целого ряда судебных прецедентов, в России организационно-правовая коллизия "сайт – средство массовой информации" до сих пор не получила однозначного нормативного правового разрешения. Это в условиях нашей романо-германской правовой системы (не признающей судебные прецеденты в качестве источников права) означает наличие в регулировании отношений по распространению массовой информации в рунете серьезного пробела.

В.Наумов определяет и систематизирует возможные способы ликвидации этого пробела. С его точки зрения, это возможно в результате трех вариантов действий.

Во-первых, путем внесения в норму, характеризующую признак периодичности распространения массовой информации<sup>12</sup>, дополнительных уточнений, отражающих особенности функционирования такого источника информации как сайт. Во-вторых, возможно включение категории сайт в понятие средства массовой информации. Третьим вариантом у Наумова является отмеченная нами выше мировая тенденция формирования в сфере информационного обмена новой системы категорий и понятий, вообще не ставящей во главу угла понятие «средство массовой информации».

Как представляется, социально и юридически оправданным будет движение по всем трем направлениям. Естественно, с разными скоростями. Скажем, первый и второй варианты можно реализовать в первоочередном порядке, подготовив для внесения в парламент соответствующие поправки в действующий закон РФ «О СМИ».

С третьим вариантом, естественно, сложнее. С одной стороны, спешка по его реализации может принести больше вреда, чем пользы. Прежде всего, потому что многие, возникающие на этом направлении развития, вопросы не решены еще доктринально и требуют одновременно и широкого, и глубокого профессионального обсуждения.

С другой стороны, откладывать это дело в долгий ящик также не следует. Формирующееся на наших глазах глобальное общество информации и знания – вещь отнюдь не абстрактная. Отставших на путях его формирования, в том числе и с точки зрения правового опосредования этого формирования, никто ждать не будет. Путь этот проходить нам все равно придется, он неизбежен. Эту неизбежность понимают и авторы действующего Закона РФ «О СМИ». Вот что, например, подчеркивает в этой связи Ю.М. Батурич: «уровень развития правоотношений в области распространения информации изменился с 1991 г. настолько, что *нет никаких сомнений в необходимости изменять сами основы подходов регулирования*»<sup>13</sup>. Так что действовать, видимо, придется по старой российской поговорке: поспешай, не торопясь.

---

<sup>11</sup> По отношению к СМИ как *объекту* прав точнее говорить о *правовом режиме*, а не *статусе*, см. на этот счет норму ст. 23 Закона РФ "О средствах массовой информации"

<sup>12</sup> Со своей стороны, я бы добавил в перечень уточнений, необходимых для виртуальной среды жизнедеятельности СМИ, еще несколько параметров, в частности, **тираж и территорию распространения**

<sup>13</sup> См. об этом: Телекоммуникация и право: вопросы стратегии. Под ред. Ю.М.Батурина. - Центр «Право и СМИ», Москва, 2000. - С. 324.