

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 (ЧАСТЬ 2)

Смена вех правового регулирования

Размышления о конкретных проявлениях смены парадигмы правового регулирования информационных отношений в связи и по поводу обмена массовой информацией; смены, лишаящей нормативной легитимности само понятие «средство массовой информации», обращает наши взоры в сторону опыта наших соседей по Европе - Франции, Финляндии, Австрии. Именно в информационном законодательстве этих стран мы можем обнаружить свежие примеры креативных законодательных новаций, адекватно отвечающих на вызовы глобального информационного общества.

Например, во Франции, как итог оживленнейших трехлетних общественно-государственных дискуссий летом 2000 года был принят закон, существенно реформирующий - внося значительные поправки в закон от 30.09 1986 года «О свободе коммуникации» - организационно-правовые составляющие телевизионного сектора Франции, а также сферы предоставления онлайн-информационно-коммуникационных услуг. В частности, серьезные новации закона связаны с закреплением статуса и ответственности провайдеров такого рода услуг.

С лета 2000 г. закон «О свободе коммуникации» (раздел VI «Положения об услугах сетевых сообщений, не являющихся частной коммуникацией»)¹ включает новые редакции четырех статей, содержащих регуляции отношений в глобальной Сети. Новая редакция статей 43-9 и 43-10 этого закона ввела обязанность установления личности создателей сайтов. Статьи 43-7 и 43-8 установили ответственность владельцев серверов.

На основании нормы статьи 43-10, «лица, чья деятельность состоит из редактирования сообщений сетевых услуг, не включая частную переписку», должны сообщать общественности свои фамилию, имя и адрес, если они физические лица; если же они – юридические лица, то наименование компании и адрес, по которому они зарегистрированы. Профессиональные редакторы должны также указывать имя главного редактора и, если необходимо, имя лица, ответственного за редакционное содержание. Непрофессиональные редакторы могут сохранять анонимность, передавая информацию о себе владельцу, чье имя и адрес указываются на сайте.

Статья 43-9 закона расширяет это положение, требуя, чтобы владельцы серверов и провайдеры доступа к сети «сохраняли информацию, позволяющую идентифицировать любое лицо, участвовавшее в создании содержания услуг, ими обеспечиваемых».

Ответ на вопрос, какую именно информацию и как долго следует сохранять таким образом, предоставляет принятый позднее подзаконный акт, предварительно согласованный с Национальной Комиссией Франции по информационным технологиям и свободам.

Помимо прочего, поправками 2000 г. определены условия, при которых наступает гражданско-правовая и уголовно-правовая ответственность владельцев сайтов. В рамках общего правила они не несут ответственности за содержание сайтов, которыми они владеют. Однако французский законодатель планировал из этого правила два исключения. Первое - «когда, будучи проинформированы судами, владельцы сайтов не предпримут незамедлительных действий для того, чтобы предотвратить доступ к незаконному содержанию сайтов» - сохранилось в тексте действующего закона. Что же касается второго –

¹ Французское законодательство, регулирующее информационно-коммуникационную сферу общественных отношений, исходит из постулата необходимости четкого разделения правовых режимов двух основных видов коммуникации - общественной и частной. Интернет-коммуникация зачастую носит смешанный характер. Например, в ситуации с электронной почтой, которая может одновременно служить как средством частной, так и общественной коммуникации. В такого рода пограничных ситуациях окончательное решение о характере сетевой коммуникации принимает суд, который, естественно, при этом исходит из положений действующих законов. Например, нормы ст. 2 Закона Франции «О свободе коммуникаций», определяющей аудиовизуальную общественную коммуникацию как «предоставление общественности или ее отдельным категориям каким-либо телекоммуникационным способом знаков, сигналов, информации, письменных источников, изображения, звука и сообщений любого свойства, не относящихся к сфере частной коммуникации».

«когда, будучи проинформированы третьей стороной, что содержание, которое они разместили, незаконно или наносит ущерб этой стороне, они не предпримут соответствующих действий», - то, по результатам рассмотрения соответствующего обращения, Конституционный Совет Франции предписал убрать эту норму из статьи 43-8 редакции закона 2000 г., поскольку «опуская установление формы такого информирования и не устанавливая существенные признаки противоправного поведения, при наличии которых возникала бы уголовная ответственность затрагиваемых сторон», законодатель не выказал должного уважения общим принципам преступления и наказания, строго определенных законом, как того требует статья 34 Конституции Франции².

В Финляндии серьезная модернизация национального медийного законодательства прошла в 2003 г. Ее итог - Закон Республики Финляндии «Об осуществлении свободы выражения в СМИ» (вступил в действие с 1 января 2004 г.).³ Кредо этого закона сформулировано достаточно четко: вмешательство в деятельность любого СМИ правомерно только тогда, когда оно в полной мере является неизбежным и в должной мере учитывает важность свободы выражения в демократическом обществе, базирующемся на началах господства права.

Деятельности интернет-СМИ, именуемых в нем *сетевыми изданиями*, закон посвящает достаточно большое количество своих положений. *Сетевым изданием*, в смысле данного закона, является *приведенная в связанное целое, сопоставимое с периодическим изданием, совокупность сетевых сообщений из материалов, изготовленных или обработанных издателем, которую предполагается выпускать на регулярной основе*.

Закон упоминает и иные, кроме *сетевых изданий*, объекты Сети - порталы, чаты, блоги, закрепляя за ними особый, более мягкий, чем у *сетевых изданий*, правовой режим. В частности, такого рода сетевые структуры освобождены от обязанности иметь ответственных редакторов (в *сетевом издании* он обязателен). Вместе с тем, уголовная ответственность за преступления посредством распространения с их помощью незаконной информации предусматривается. Все сетевые издания должны архивироваться, а соответствующие записи - храниться не менее трех недель.

Еще одна заслуживающая внимания правовая позиция анализируемого финского закона - распространение *права на ответ на сетевые издания*. Частное лицо, у которого имеются разумные основания считать какое-либо сообщение, распространенное посредством *сетевого издания*, оскорбительным, вправе разместить в *этом издании* свой ответ на него.

Летом 2004 г. общественности стал доступен проект изменений и дополнений в закон Австрии 1981 г. «О прессе и других публицистических СМИ» (*Mediengesetz*).⁴ Законопроект ориентирован на устранение пробелов действующего Закона, в том числе путем включения в него регуляций, касающихся деятельности сетевых информационных объектов. Новая редакция закона многие важные понятия определяет по-другому, а также вводит ряд новых понятий. Среди них - «периодическое электронное средство массовой информации». Под таким понимаются сайты и иные информационные объекты, распространяемые в схожем формате не реже четырех раз в год. Их владельцы, подобно владельцам прочих СМИ, будут обязаны публиковать о себе определенный набор идентифицирующих сведений. Операторы сайтов должны будут обеспечить общедоступность такого рода сведений в любой момент времени. Нормы об авторском праве предполагается распространить на электронные бюллетени, но они не будут касаться массовых рассылок электронной почты.

По типу вышеупомянутого финского закона, австрийский законопроект закрепляет *право на ответ* в отношении размещенной на сайте информации. Но делает это и с большей детальностью, и с большим учетом технологической среды жизнедеятельности данного источника информации. В частности, на главной странице сайта предусматривается размещение не полного текста ответа, а только его «иконки», то есть гиперссылки на него. Тем самым достигаются две цели - экономится пространство главной страницы для иной информации и, в то же время, предоставляется реальная возможность желающим познакомиться с содержанием ответа. Такая возможность должна быть обеспечена как минимум в течение того времени, пока на сайте находится информация, к которой ответ относится. В том случае, если информация, по поводу которой дается ответ, уже удалена с сайта, то ответ на нее должен оставаться доступным на протяжении того же промежутка времени, в течение которого эта информация находилась на сайте, но не более одного месяца.

Исковая давность по отношению к праву на ответ в отношении размещенной на сайте информации ограничивается шестимесячным сроком, исчисляемым с того дня, когда информация впервые появилась на сайте.

² Act no.2000-719 of 1 August 2000 amending Act no.86-1067 of 30 September 1986; Constitutional Council, decision no.2000-433 DC of 27 July 2000.

³ *доступен по адресу:* <http://www.finlex.fi/english/laws/index.php>.

⁴ <http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=9166>

Важно подчеркнуть, что пакет поправок в австрийский медиазакон дифференцирует сетевые информационные объекты (источники информации) по критерию их публичности. Для тех из них, что предназначены исключительно для самовыражения и не претендуют на широкую публичность, предусмотрен более мягкий правовой режим функционирования. В частности, к ним не будут применяться положения о *праве на ответ* и обязанности оповещать об исходе уголовного судопроизводства, а операторы таких сайтов будут освобождены и от обязанности публиковать сведения о своем основном бизнесе, и раскрывать информацию о долях, которыми они обладают в других медийных компаниях.

Поправки также вносят изменения в положения, регламентирующие исполнение судебных решений. Наряду с такими мерами, как изъятие и конфискация продукции СМИ, у австрийских судов появится возможность закрывать любые сайты, содержащие материалы незаконного характера⁵.

Сотовая связь как средство массовой информации

Сотовая связь, всего несколько лет назад ворвавшаяся в нашу повседневную жизнь еще стремительнее, чем персональные компьютеры и интернет, развивается буквально «не по дням, а по часам». Преодолев в августе 2005 г. психологически важный стомиллионный рубеж и достигнув к началу мая 2006 цифры в 132 миллиона человек, число абонентов сотовой связи в России ныне стремится к следующей «вершине», равной общему числу россиян. И пусть в реальности мобильной связью пользуются лишь примерно половина трудоспособного населения России, все равно, достигнутый уровень проникновения в российскую действительность этого вида межличностной связи впечатляющ.

Кроме этого, в русле наших рассуждений весьма значим и тот факт, что телефон, традиционно являвшийся средством сугубо бинарной (абонент-абонент) и сугубо вербальной связи и информации зримо и неудержимо приобретает признаки средства информации массовой и мультимедийной.

Очевидно, что результатом осуществляемого сегодня конвергентного развития технической базы информации и коммуникации явится – и весьма скоро – некое новое «средство», интегрирующее в себе широчайшие коммуникационные возможности уже действующих стандартов передачи цифровых данных, а также мощного процессора, способного в реальном времени обрабатывать разнообразные мультимедийные потоки. Этот «компьютер-телефон-телевизор» будет снабжен достаточного размера сенсорным экраном, на который он многое сможет принимать и столь же многое распространять.

Подчеркну, это то будущее, которое проявляется уже сегодня. Так, с весны 2006 г. российской компанией «Цифровое телерадиовещание» (ЦТВ), входящей в медийный холдинг АФК «Система» - «Система масс-медиа», в режиме тестового вещания работает мобильное цифровое телевидение на базе европейского стандарта DVB-H, позволяющего просматривать на экранах сотовых трубок и других мобильных устройств телепередачи и фильмы с высоким качеством изображения. Переход в режим коммерческой эксплуатации системы планируется начать в конце 2006 г.: используя собственную сеть вещания в дециметровом диапазоне, ЦТВ будет доставлять телесигнал на мобильные устройства — телефоны, КПК, ноутбуки, портативные медиаплееры и т. п. Телефоны, позволяющие принимать сигнал с таким качеством, уже в III квартале начнут поставлять в Россию несколько производителей. Такие планы есть, в частности, у Samsung и у Nokia.⁶

Американские телекомпании приступили к освоению рынка мобильных пользователей Сети с осени 2005 г. Первопроходцем стала компания CNN, которая выложила в Сети для свободного доступа отрывки своих телепрограмм. Развлекательные телеканалы Comedy Central и MTV разместили в Сети практически весь свой телеэфир. В свою очередь, компания Apple начала предлагать некоторые передачи телекомпании ABC (за плату) посетителям сайта iTunes Music Store, на котором производится покупка музыкальных записей в формате MP3. Мировая тенденция прихода в Сеть и на мобильники телевещания неудержимо развивается, поскольку телекомпании стремятся привлечь молодежную аудиторию, которая все чаще предпочитает интернет телевизору.

Еще одним направлением обретения телефоном признаков классических СМИ является так называемый мобильный интернет, позволяющий с помощью мобильных средств связи пользоваться безграничными сетевыми информационными ресурсами практически повсеместно: не только дома или на работе, но и в транспорте, на прогулке или на даче. В 2005 г. с мобильного телефона хотя бы раз в интернет выходило более 2,5 млн. российских абонентов⁷.

Кратко эти новые качества доступа к информации для владельцев сегодняшних мобильных телефонов поколения 2,5G и завтрашних мобильных телефонов поколения 3G можно сформулировать в виде модного сейчас во всем мире слогана: «Любой контент в любом месте и в любое время!»

⁵ Информация о законах Франции, Финляндии и Австрии представлена с использованием материалов, опубликованных на страницах ЗИП № 10 за 2000 г., а также № 3 и 9 за 2004г.

⁶ См. об этом: Цуканов И. Мобильное ТВ по-европейски покажут российским абонентам//Ведомости. -20.04.06.

⁷ см. об этом: Российский Интернет мобилизуется//Коммерсант. - 23.07.05.

К сожалению, эти новые возможности повышения своей информационной свободы отнюдь не всеми используются только «во благо». Так, в мае 2003 года житель Челябинска А. с помощью своего компьютера и мобильного телефона распространил в форме SMS сообщений среди более чем 15 тыс. абонентов челябинского сегмента сети «Мегафон» ЗАО «Уральский GSM» нецензурную брань. В данном случае, заслуженное возмездие за совершенное в виртуальной среде «информационное» преступление не заставило себя ждать. Уже через год, один из судов Челябинска, рассмотрев материалы уголовного дела в отношении гр. А., обвиняемого в совершении преступления, предусмотренного ч. 1 ст. 273 УК РФ, признал его виновным и приговорил к лишению свободы сроком на один год, а также к штрафу в доход государства в размере три тысячи рублей.⁸ А в Дагестане весной 2005 г. также впервые в российской судебной практике были вынесены обвинительные судебные приговоры за незаконное распространение порнографических материалов (ст. 242 УК РФ) с помощью все тех же компьютеров и мобильных телефонов⁹.

Наряду с вещательными СМИ новый для себя рынок начинают осваивать и печатные СМИ, соответственно приспособив для новой среды традиционные форматы своей информационной продукции.

Так, летом 2004 г. компания INFON представила проект «Мобильный журнал». Это некий вариант сайта с возможностями чтения размещенных там материалов на экране мобильного телефона. Читателям новой электронной модификации журнального формата предлагается выбор компоновки дизайна, а также информационных блоков: Политика, Экономика, Общество, Происшествия и т.п.¹⁰

Появились даже специальные книги для чтения в мобильном формате и, разумеется, «мобильные электронные библиотеки». Уже подписан договор между компанией «РОСТ Медиа» (учредителем «Первого Мобильного Издательства», созданного с целью издания книг для мобильных телефонов в формате mobilebook) и Б.Акуниным на издание в мобильном формате его сказки «Проблема 2000». Во многих случаях доступ к мобильным русскоязычным литературным произведениям оказывается дешевле, чем к печатным, и составляет в среднем около 3 у.е. (www.waplib.ru).¹¹

Этот смысловой ряд можно и продолжить, но и сказанного вполне достаточно для того, чтобы задуматься над вполне правомерным уже сегодня вопросом о соотношении понятий «сотовая связь» и «средства массовой информации» и, соответственно, о целесообразности и пределах распространения на «сотовую связь» элементов правового режима СМИ, предусмотренного Законом РФ «О СМИ»?

СМИ с изменяющейся геометрией: от вертикали к горизонтали

В последнее время вновь приобретают все больший общественный вес, значение и актуальность размышления различных авторов об основных моделях построения СМИ – вертикальной и горизонтальной¹². Логика размышлений российского автора в интересующем нас аспекте может быть представлена следующим образом.

В наше время дни в мире главенствует вертикальная модель СМИ – они поучают, продвигают, пиарят и даже иногда информируют какую-то часть аудитории. Пока именно это – норма. Между тем, день ото дня растет число людей, которых не устраивает «диктатура СМИ». Эти люди отказываются от телевидения, на газеты у них нет времени, а по радио они слушают только музыку, да и то – в машине, вполуха. Именно вокруг этих людей, для которых свобода информации и ее оперативность существенные жизненные принципы, формируется новая, «горизонтальная» модель СМИ.

В ее рамках, чтобы получить интересующую потребителя информацию в той или иной области, ему достаточно тем или иным образом связаться с человеком, который хорошо разбирается в теме. Роль традиционного журналиста в этой схеме практически нулевая, он – уходящая натура горизонтальных информационных отношений.

⁸ С текстом этого первого на территории России приговора по компьютерно-телефонному преступлению, связанному с распространением информации незаконного содержания можно познакомиться в следующем издании: "Свобода массовой информации в интернете Правовые условия реализации". Автор-составитель — проф. В.Н. Монахов, М.: РИК «Галерея». -2005. - С.379-383.

⁹ Магомадова Л. Мобильное порно//Газета. - 06.04.05.

¹⁰ http://www.korpunkt.ru/mnews5173_2_0.html

¹¹ Городников А. СМИ в XXI веке: от интерактивности к мобильной культуре//Курьер печати. – 2006. - №15.

¹² см. об этом: Стечкин И. Памяти массовой информации. Журналисты уступают место «диспетчерам»// Независимая газета. - 21.01.05.; книга Дэна Гиллмора «Мы, медиа», США, 2005 (Доступно по адресу <http://www.computerra.ru/think>)

Вместе с тем, горизонтальная модель организации информационных отношений порождает необходимость в специалистах иного рода - «медиаторах». Их задача – не принудительно информировать, не влиять на мировоззрение аудитории путем отбора «нужных» фактов, а стараться «замыкать» на себя максимальное количество сообществ, каналов информации по «своей» теме. Они своеобразные стalkerы нового информационного мира.

В этом мире вектор движения информационных потоков меняется. Они уже не направлены строго «сверху вниз», на некую безликую аудиторию. Геометрия их движения естественно и органично меняется под воздействием запросов каждого конкретного пользователя или их группы. А запросы эти все более и более индивидуализируются.

Разработкой логистики для продвинутых пользователей информации и знаний должны заниматься профессиональные коммуникаторы. Они уже не журналисты в привычном смысле. Их главная задача – не создавать тексты, а обеспечивать самую короткую дорогу к ним.

Принципиально важным является то, что в случае каких-то социальных или природных катаклизмов информационная «горизонтальная структура», обладающая помимо прочих качеств еще и информационной сверхпроводимостью, делает возможным донесение информации в кратчайшие сроки до всех индивидуумов и сообществ.

В этих ситуациях именно «горизонтальная модель» по ряду параметров превосходит традиционную, «вертикальную». Вместе с тем, для решения задач единовременного массового влияния на аудиторию она мало подходит. В силу этого обстоятельства, с точки зрения недемократического государства, ориентированного на манипулирование общественным мнением, она представляется менее интересной и даже опасной.

В то же время, именно эта модель предоставляет большее число возможностей для реализации каждым, находящимся на территории Российской Федерации, права на законный поиск, получение, передачу, производство и распространение массовой информации.

С другого полушария планеты с российским автором во многом перекликается американец Дэн Гиллмор, чья книга «Мы, медиа», увидевшая свет в США весной 2005, весьма там читаема и почитаема. Ее основные тезисы в интересующем нас ключе сводятся к следующему:

- на наших глазах происходит эволюция оттого, что можно назвать *освещательным* представлением мира, к *диалоговому*;

- новости, проходящие по каналам управляемых средств массовой информации, главным образом, через телевидение, которое все еще живо и в значительной степени контролирует восприятие новостей большинством граждан. Однако такого рода информационная культура начинает отмирать. Профессиональные журналисты по-прежнему играют существенную роль в происходящем, и, полагаю, мы еще останемся важными винтиками, но появляется более широкая группа поддержки;

- в нарождающемся мире интернет-коммуникаций темнеть и лгать будет еще невыгоднее, чем прежде. Активисты и знающие клиенты выведут мошенников на чистую воду и привлекут к ответу;

- подобный переворот в мышлении напоминает трехмерные шахматы. Возьмите всю совокупность широких аудиторий: традиционные СМИ, новые виды СМИ, бизнес, потребители, регулирующие органы, политики и электорат. Теперь добавьте разнообразные средства коммуникации (электронную почту, веб-блоги, интернет-пейджинг, синдикацию на базе таких сетевых технологий, как **RSS**) и получите представление о сложности и характере нового коктейля информационных отношений.

И еще одно весьма интересное обстоятельство. Оказывается, вышеописанный российско-американский дуэт 2005 г., озвучивший столь схожие взгляды, столь далеко друг от друга географически находящихся авторов, содержательно отнюдь не нов. Еще в начале 70-х годов прошлого века крупный чиновник ООН, французский юрист Ж. Д'Арси предлагал "...заменить существующую «вертикальную систему» распространения информации, т.е. передачу информации средствами массовой информации для больших аудиторий, на «горизонтальную»", то есть непосредственный обмен между отдельными людьми и группами людей, вне зависимости от того, находятся ли они в одном государстве или в разных. Изучая вопрос о регулировании передачи информации через государственные границы, д'Арси пришел к выводу о том, что «практически никакой принцип не управляет в международном масштабе проблемами коммуникации», и предложил принять в качестве такового разработанное им «**право человека на универсальную коммуникацию**», основанное на существовании универсальных всеобщих элементов в любой культуре»¹³.

Господствующая тенденция развития современной ситуации в области создания, распространения и использования информации, характеризующаяся изменением структуры и характера информации, передаваемой по имеющимся сетям связи в направлении массового внедрения мультимедийных услуг, а также конвергенции существующих сетей доставки в наши дома различных «сигналов» (электричество, телефон, кабельное телевидение, интернет) в широкополосные пакетные сети; тенденция, признанная в качестве стратегического вектора развития технологической базы глобального информационного общества,

¹³ Ермишина Е.В. Международный обмен информацией. Правовые аспекты. – М. - 1988. – С. 39 – 40.

объективно подталкивает мировое сообщество к все более и более глубокой ревизии существующих моделей правового регулирования массовых информационных отношений.

В таком широкополосном и мультимедийном технологическом ландшафте СМИ как *средство*, видимо, действительно, чем дальше, тем в большей степени будет обретать качества некой уходящей природы или объекта правового регулирования.

Но **СМИ**, понимаемое в широком смысле, в качестве некой линии горизонта демократии, постоянной *цели* общественного развития, конституционно-правового состояния свободы массовой информации, базирующегося на норме ч.5 ст.29 Конституции России - самой яркой информационно-правовой звезды российского конституционного небосклона, - уходящей натурой быть не должна. Как не должна оставаться этакой витринной **конституционно-правовой фикцией**. (Вспомним опять бессмертное определение Г.Ф. Дормидонтова юридической фикции как приема мышления, допускающего «признания существующим заведомо не существующего»!).

Это должен быть реально действующий и динамично развивающийся конституционно-правовой принцип, обретающий все большую значимость и действенность для всех участников общественных отношений в связи с поиском, получением, передачей, производством и распространением массовой информации на территории Российской Федерации, как в офлайне, так и в онлайн. Это должно быть так, поскольку свобода массовой информации является одной из сущностных составляющих того открытого демократического общества и государства, которое мы все вместе строим в России.

Свобода массовой информации, сопряженная с ответственностью за то, «как слово наше отзовется», может и должна выступить в роли системообразующего элемента, так потребного в ходе этого строительства, *баланса между управляемостью и независимостью, вертикалью власти и горизонталью общества*.

Поиск такого баланса – титанический по своей сложности и скрупулезности труд. Но без него мы в итоге получим отнюдь не демократию, а, в лучшем случае, ее управляемую имитацию.