

ПРОБЛЕМНЫЙ  
АНАЛИЗ  
и

ГОСУДАРСТВЕННО-  
УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ  
ПРОЕКТИРОВАНИЕ

ПОЛИТОЛОГИЯ  
ЭКОНОМИКА  
ПРАВО

Научный журнал

Редакционный совет

Якунин В.И.  
(председатель)

Сулакшин С.С.  
(заместитель председателя)

Багдасарян В.Э.  
Голдстоун Дж. (США)  
Гринберг Р.С.  
Гузенбауэр А. (Австрия)  
Лисицын-Светланов А.Г.

Попова Е.В.  
Порфирьев Б.Н.  
Садовничий В.А.  
Сильвестров С.Н.

Торкунов А.В.  
Якобсон Л.И.

Главный редактор журнала  
Макаров В.Л.

Заместители главного редактора  
Лексин В.Н.  
Тихомиров Ю.А.

Выпускающий редактор  
Игнатенко Г.И.

Содержание № 5 (25), том 5, 2012

Тема номера:  
Гражданское общество  
в диалоге с властью

И.Н. Гаврилова

**Гражданское участие  
в России и Нидерландах: проблемы  
и перспективы** ..... 6

Статья посвящена проблемам развития гражданского общества, гражданских инициатив, взаимодействия государства и третьего сектора в России и Голландии, в том числе в сравнительном ключе. Показано, что в нашей стране имеется потенциал гражданского участия, который до сих пор практически не востребован.

*Ключевые слова:* гражданское общество, государство, гражданские инициативы, общественные обсуждения.

С.В. Генюш

**Экспертная дипломатия:  
гражданское общество  
на службе**

**внешней политики** ..... 14

Автор анализирует эволюцию научных подходов к роли экспертной дипломатии в системе международных отношений, а также делает обзор имеющихся у России ресурсов и механизмов экспертной дипломатии с оценкой эффективности их применения для реализации целей российской внешней политики.

*Ключевые слова:* экспертная дипломатия, внешняя политика России, инструменты и механизмы международных отношений.

# Интернет, СМИ и кибердиффамация: актуальные проблемы

А.В. Жданов

В настоящее время высокие технологии уже стали мощнейшим локомотивом развития предпринимательской деятельности в большинстве государств мира. Новейшие информационные технологии дают возможность юридическим и физическим лицам, занимающимся предпринимательской деятельностью, наиболее эффективно и творчески решать стоящие перед ними экономические, правовые и иные проблемы. Существует множество передовых телекоммуникационных инструментов для решения поставленных задач, но наиболее открытым и эффективным на сегодняшний день является такой инструмент, как сеть Интернет. Благодаря широкой распространенности Интернета среди населения России (и темпы интернетификации, по прогнозам, будут только возрастать<sup>1</sup>), высочайшей скорости передачи данных, отсутствию каких-либо государственных и административных границ, технической и правовой возможности размещать практически любую информацию Интернет в настоящее время стал незаменимым атрибутом успешного ведения дел в условиях рыночной экономики. Но, наряду с этим, общедоступность и стремительность распространения информации в Интернете таит ряд опасностей для субъектов экономической деятельности. Одна из них — угроза распространения ложных сведений, порочащих деловую репутацию.

Деловая репутация — это нематериальное благо, являющееся набором качеств и оценок, с которыми их носитель ассоциируется в глазах своих контрагентов. Деловая репутация — это общественное мнение о профессиональных качествах лица, которое может базироваться как на ложных, так и на истинных знаниях. А формируется указанное общественное мнение благодаря определенной информации, которая характеризует субъекта отношений с позитивной или негативной стороны. Источники такой информации могут быть различными: заявления самого субъекта или его представителей, отзывы его контрагентов, заметки в СМИ и др. Нередко недобросовестные участники предпринимательских отношений умышленно распространяют ложную информацию, которая тем или иным образом порочит деловую репутацию лица. В зарубежной литературе и практике подобную ситуацию принято обозначать термином диффамация. Пленум Верховного суда РФ в постановлении от 24.02.05 г. № 3 указал, что используемое Европейским Судом по правам человека в его постановлениях понятие диффамации тождественно понятию распространения не соответствующих действительности порочащих сведений, содержащемуся

<sup>1</sup> URL: <http://www.rg.ru/2011/04/25/site-site-anons.html>.

в ст. 152 Гражданского кодекса Российской Федерации<sup>2</sup>. Распространение порочащих и несоответствующих действительности сведений в сети Интернет часто обозначают термином кибердиффамация<sup>3</sup>.

Правовую регламентацию защиты деловой репутации от диффамации осуществляет Гражданский кодекс РФ (в частности, ст. 152), Закон РФ «О средствах массовой информации» и иные нормативно-правовые акты. Также следует учитывать разъяснения высших судебных инстанций: Конституционного суда РФ, Верховного суда РФ и Высшего арбитражного суда РФ.

Как было изложено выше, доминирующим информационным инструментом является сеть Интернет, поэтому необходимо выяснить природу данного явления.

Интернет (англ. Internet) — новация последних десятилетий, как для общества, так и для права. Это не юридическое лицо, потому что у него отсутствуют какие-либо органы управления, нет обособленного имущества (отсутствуют признаки юридического лица). Не является Интернет и объектом правоотношений, так как объект — это то, на что правоотношение направлено, на что направлены входящие в его состав права и обязанности<sup>4</sup>. Но общественные отношения возникают не в отношении сети Интернет, а в отношении других объектов гражданских и иных правоотношений посредством Интернета. Таким образом, сеть Интернет — это совокупность компьютерных систем, современный инструмент, посредством которого создается новое поле для деятельности субъектов правоотношений, возникающих не по поводу самого Интернета, а по поводу традиционных объектов. Интернет — это посредник в передаче данных.

В настоящее время остро стоит вопрос о соотношении понятий «Интернет» и «средство массовой информации». Если мы причислим всю сеть Интернет или отдельные ее ресурсы к СМИ, то изменится и правовое положение рассматриваемых явлений.

Практическое проявление наличия или отсутствия статуса СМИ у информационного ресурса в сети Интернет применительно к настоящей теме состоит в следующем: при диффамации у опороченного субъекта появляется право на ответ, реализация которого позволяет оперативно пресекать дискредитацию репутации, а у информационного ресурса возникает ряд специальных оснований для освобождения от ответственности<sup>5</sup>. Согласно ст. 46 Закона РФ от 27.12.1991 г. № 2121-1 «О средствах массовой информации» гражданин или организация, в отношении которых в средстве массовой информации распространены сведения, не соответствующие действительности либо ущемляющие права и законные интересы гражданина, имеют право на ответ (комментарий, реплику) в том же средстве массовой информации. Речь идет о самостоятельном способе защиты нарушенных прав во внесудебной форме. В связи с чем важно отметить два момента: во-первых, введение указанного правила применительно

<sup>2</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», абз. 5 п. 1 // СПС КонсультантПлюс.

<sup>3</sup> Чеботарева А.А. Диффамация в сетевых СМИ // СПС КонсультантПлюс.

<sup>4</sup> Иоффе О.С. Советское гражданское право. М., 1967. С. 95.

<sup>5</sup> Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», ст. 46, 57 // СПС КонсультантПлюс.

к СМИ не означает, что для опровержения ложных сведений в судебном порядке необходимо предварительное обращение к редакции СМИ, а во-вторых, стоит обратить внимание на различия в содержании схожей нормы, регулирующей основания и порядок опровержения (ст. 152 ГК РФ). Согласно правилу п. 1 ст. 152 ГК РФ гражданин вправе требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности. Следовательно, для опровержения сведений необходимо, чтобы они обладали тремя признаками: распространенность, ложность и порочащий характер. Но для реализации права на ответ необходимо всего два свойства информации: распространенность и ложность.

В статье 57 Закона «О СМИ» приводится ряд оснований освобождения от ответственности редакции, редактора и журналиста (СМИ — не субъект права, а лишь форма распространения массовой информации<sup>6</sup>). В частности, такими основаниями являются: присутствие ложной информации в обязательных сообщениях, если они получены от информационных агентств; если сведения содержатся в авторских произведениях, идущих в эфир без предварительной записи, либо в текстах, не подлежащих редактированию в соответствии с Законом и др. Но также стоит упомянуть еще два основания освобождения лиц, распространяющих незаконные сведения, причем не только посредством СМИ, от ответственности. Согласно ч. 3 ст. 17 ФЗ от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» в случае, если распространение определенной информации ограничивается или запрещается федеральными законами, гражданско-правовую ответственность за распространение такой информации не несет лицо, оказывающее услуги: либо по передаче информации, предоставленной другим лицом, при условии ее передачи без изменений и исправлений, либо по хранению информации и обеспечению доступа к ней при условии, что это лицо не могло знать о незаконности распространения информации<sup>7</sup>.

При рассмотрении вопроса об освобождении от ответственности необходимо учитывать одно важное положение: право на опровержение и ответ — не меры гражданско-правовой ответственности, а меры защиты. Ответственность — возложение на лицо каких-то дополнительных обременений дополнительно к его обязанностям<sup>8</sup>. Механизмы опровержения и ответа защищают опороченного субъекта от необоснованного негативного мнения общества и не возлагают негативных обременений на лиц, распространивших информацию. Подобной точки зрения придерживается и Высший арбитражный суд Российской Федерации<sup>9</sup>. Таким образом, вышеуказанные основания освобождения от

<sup>6</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»», п. 5 // СПС КонсультантПлюс.

<sup>7</sup> Федеральный Закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», ч. 3 ст. 17 // СПС КонсультантПлюс.

<sup>8</sup> Теория государства и права: учебник для вузов / под ред. В.М. Корельского, В.Д. Перевалова. М., 2000. С. 435.

<sup>9</sup> Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 23.09.1999 № 46 (п. 8) «Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации» // СПС КонсультантПлюс.

ответственности не дают возможности субъектам, распространившим ложную и порочащую информацию, уйти от обязанности публикации опровержения или ответа. Приведенные выше случаи освобождения от ответственности при диффамации касаются мер гражданско-правовой ответственности: компенсации морального вреда и возмещения убытков.

Для того чтобы выяснить, является ли вся сеть Интернет средством массовой информации или же подобным статусом обладают отдельные информационные ресурсы, функционирующие в ней, необходимо еще раз обратиться к Закону РФ «О СМИ», в котором содержатся ключевые для данной проблемы понятия и определения.

Согласно ст. 2 Закона «О СМИ» под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы. В той же статье содержится определение средства массовой информации, под которым понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации<sup>10</sup>. Проанализировав представленные определения, можно сделать вывод о том, что Интернет в целом не является средством массовой информации. Далеко не все сервисы и сайты содержат предназначенные для неограниченного круга лиц сообщения и материалы, а следовательно, и не вся информация в Интернете попадает под определение «массовая». В качестве примера можно указать сервисы для личного общения (Skype, ICQ) и сайты, доступ на которые ограничен (например, существует ряд сайтов, доступ на которые возможен только после личного приглашения зарегистрированного пользователя<sup>11</sup>). В случае с сервисами для личного общения пользователи передают информацию (в виде текста, видеосигнала и др.) конкретно определенному субъекту посредством сети Интернет.

Пленум Верховного суда РФ также не причисляет Интернет к СМИ. В постановлении Пленума Верховного суда № 3 от 24.02.05 г. указано, что под распространением сведений, порочащих деловую репутацию граждан и юридических лиц, следует понимать опубликование таких сведений в печати, трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, распространение в сети Интернет<sup>12</sup>. Перечислив известные виды средств массовой информации, упомянув про иные СМИ и уже затем указав на сеть Интернет, Пленум Верховного суда РФ, тем самым дал понять, что не причисляет данную телекоммуникационную сеть к СМИ. Но на практике существует и иная позиция, которая, игнорируя приведенные аргументы, причисляет Интернет к СМИ<sup>13</sup>.

Таким образом, Интернет как сложная инфраструктурная сеть не является средством массовой информации в понимании Закона РФ № 2124-1, как и не

<sup>10</sup> Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», ст. 2 // СПС КонсультантПлюс.

<sup>11</sup> <http://thevault.bz/login.php>; <http://ifttt.com> и др.

<sup>12</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», п. 7, абз. 2 // СПС КонсультантПлюс.

<sup>13</sup> Постановление ФАС Дальневосточного округа от 27.12.2010 № Ф03–9095/2010 по делу № А51–16459/2009 // СПС КонсультантПлюс.

являются средствами массовой информации часть сервисов и сайтов в нем функционирующих. В то же время в «глобальной паутине» существует и иная категория информационных ресурсов, имеющих целью донести информацию неограниченному кругу лиц (например, онлайн-газета). И сервисы, входящие в данную группу, должны рассматриваться как средства массовой информации, так как признаки их деятельности полностью подпадают под приведенные определения Закона «О СМИ». Стоит обозначить один важный момент: указанные сайты не подлежат обязательной государственной регистрации, так как, исходя из действующего законодательства, в обязательном порядке регистрируются только те СМИ, которые выпускают продукцию, а согласно действующим правовым нормам сообщения в Интернете не являются такой продукцией<sup>14</sup>.

Необходимо рассмотреть подробнее вопрос о правовом положении ресурсов в сети Интернет, имеющих статус СМИ, но не подлежащих государственной регистрации. Как было отмечено выше, если информационный ресурс имеет статус СМИ, то его редакция, редактор и журналист освобождаются от ответственности по ряду оснований. Но встает закономерный вопрос: указанные в Законе РФ «О СМИ» основания освобождения от ответственности действуют в отношении только СМИ, прошедших государственную регистрацию, или же в отношении всех СМИ? Согласно ст. 6 Закона РФ «О СМИ» указанный акт применяется в отношении средств массовой информации, учреждаемых в Российской Федерации, а для создаваемых за ее пределами — лишь в части, касающейся распространения их продукции в Российской Федерации. Таким образом, Закон действует в отношении всех СМИ, учрежденных в Российской Федерации. В то же время Закон не раскрывает содержания понятия «учреждение СМИ». Учитывая вышеизложенное, можно предположить, что учреждение СМИ — это его создание, что не тождественно словосочетанию «регистрация средства массовой информации», так как ст. 12 Закона перечисляет СМИ, освобожденные от государственной регистрации (основной критерий — тираж СМИ). Данные СМИ могут создаваться (учреждаться) и функционировать без регистрации.

Можно сделать вывод о том, что нормы, регулирующие освобождение от ответственности редактора, редакцию и журналиста, а также реализация права на ответ, распространяются и на СМИ, не имеющие государственную регистрацию (в нашем случае — информационные ресурсы Интернета, попадающие под определение СМИ). Но Пленум Верховного суда в постановлении от 24.02.05 № 3 разъяснил, что в случае, если не соответствующие действительности, порочащие сведения были размещены в сети Интернет на информационном ресурсе, зарегистрированном в установленном законом порядке в качестве средства массовой информации, при рассмотрении иска о защите чести, достоинства и деловой репутации необходимо руководствоваться нормами, относящимися к средствам массовой информации<sup>15</sup>. Таким образом, путем толкования постановления

<sup>14</sup> Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», ст. 8 // СПС КонсультантПлюс; Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», п. 6 // СПС КонсультантПлюс.

<sup>15</sup> Постановление Пленума Верховного суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», абз. 3, п. 7 // СПС КонсультантПлюс.

Пленума можно сделать вывод о том, что Верховный суд РФ придерживается точки зрения, согласно которой нормы Закона «О СМИ», регулирующие правоотношения в сфере диффамации, распространяются лишь на СМИ, прошедшие государственную регистрацию.

Не стоит отвергать данную точку зрения ввиду ее предполагаемой ложности, так как для формулирования однозначного вывода по рассматриваемой проблеме необходимо более детальное изучение всего противоречивого и сложно применяемого в отношении сети Интернет информационного законодательного массива, что выходит за рамки данной работы.

Необходимо упомянуть, что точка зрения о введении обязательной государственной регистрации интернет-СМИ звучит как в лагере теоретиков права, так и проявляется в проектах нормативно-правовых актов. Одна из попыток законодательного закрепления обязательной регистрации интернет-СМИ проявилась в проекте постановления Правительства РФ 1999 г., в котором дается, в числе прочего, определение средства массовой информации в сети Интернет, редакции сетевого СМИ, его продукции и др.<sup>16</sup>

Обязательность государственной регистрации интернет-СМИ — это сложный и неоднозначный вопрос. С одной стороны, в настоящее время в Интернете появилось множество крупных информационных ресурсов, посещает которые множество пользователей. И число таких ресурсов неуклонно растет. Возникает следующая правовая ситуация: при наличии печатного издания со скромным тиражом и огромного новостного портала в сети Интернет в первой ситуации необходима государственная регистрация в силу Закона РФ «О СМИ», а во второй — новостной портал освобождается от регистрации, так как по действующему законодательству не имеет собственной продукции. Следует выработать общий правовой подход для обоих случаев. Имеет значение количество получателей массовой информации и форма ее распространения (посредством печатного издания, сети Интернет и др.), но определение среднего числа получателей информации в сети Интернет от конкретного сетевого ресурса — задача не из простых. Проблема в том, что к сообщениям и изображениям, составляющим содержание сайта в сети Интернет, любое лицо может иметь доступ из любого места и в любое время по своему выбору при условии наличия соответствующих устройств и возможности подключения к сети<sup>17</sup>. Таким образом, посетить определенный сайт гражданин может в любое время по собственному желанию. А вследствие этого количество посетителей сайта в сети Интернет может значительно колебаться в пределах года, месяца и даже дня. Если при выпуске печатного периодического издания тираж определяется заранее, то определить заранее точное количество посетителей интернет-сайта практически невозможно.

С другой же стороны, необходимо крайне осторожно подходить к решению обозначенной задачи с целью недопущения популяризации на такую важную ценность в современном информационном обществе, как свобода слова. В ка-

<sup>16</sup> Проект постановления Правительства РФ «О регистрации сетевых СМИ» // URL: <http://pda.russianlaw.net/law/media/smi/z2/>.

<sup>17</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации"», абз. 3, п. 6 // СПС КонсультантПлюс.

честве примера потенциального ущемления свободы слова можно привести неудачный подход для разграничения ресурсов Интернета, подлежащих и не подлежащих регистрации, изложенный в указанном проекте постановления. В нем предлагается не регистрировать сообщения и материалы, самостоятельно размещаемых лицами с целью доведения информации исключительно о таких субъектах и их услугах<sup>18</sup>. Следовательно, общедоступный сайт рядового пользователя или его страница в социальной сети, содержащие информацию об ином лице, помимо самого субъекта, подлежат обязательной государственной регистрации, что является нелогичным и представляет угрозу для реализации свободы слова.

Рассмотрим еще один важный вопрос: кто должен отвечать за диффамацию? Согласно п. 5 постановления Пленума Верховного суда РФ от 24.02.2005 № 3 надлежащими ответчиками по искам о защите деловой репутации являются авторы сведений, а также лица, их распространившие<sup>19</sup>. Для определения надлежащего ответчика необходимо рассмотреть схему взаимодействия субъектов в Интернете. Каждое устройство или группа устройств, подключенных к Интернету, имеет свой уникальный идентификационный цифровой IP адрес. Но для удобства навигации в сети введена система доменных имен (Domain Name System — DNS) для интернет-сайтов (сайт — часть интернет-пространства, содержащая определенную сгруппированную информацию), суть которой состоит в том, что конкретному IP-адресу соответствует символическое имя<sup>20</sup>. Например: IP-адресу 183.167.89.120 соответствует домен www.tsu.ru. Лицо, желающее зарегистрировать доменное имя для сайта, обращается к регистратору (крупнейший в России — Ru-center), который на основании договора вносит соответствующее имя в реестр. Но регистратор предоставляет только имя, а для того чтобы разместить содержательную составляющую сайта, необходимы соответствующие технические средства для хранения данных (веб-сервер). Дистанционный доступ к таким средствам на основании договора об оказании услуг осуществляют специализированные хостинг-провайдеры, создающие, как и обычные провайдеры, лишь возможность осуществления деятельности в Интернете, в связи с чем на них не может быть возложена ответственность за кибердиффамацию. Иное означает ответственность телефонной компании за действия своих абонентов.

Регистраторов также нельзя привлечь к ответственности, так как их функция сводится лишь к выдаче наименования. В противном случае необходимо привлекать налоговый орган за все противоправные действия зарегистрированных им юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Поэтому надлежащим ответчиком является владелец интернет-ресурса, а также автор соответствующих сведений. Если сайт зарегистрирован в качестве СМИ, то надлежащими ответчиками выступают автор и редакция. Но не всег-

<sup>18</sup> Проект постановления Правительства РФ «О регистрации сетевых СМИ» п. 3.3 // <http://pda.russianlaw.net/law/media/smi/z2/>.

<sup>19</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 N 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» п. 5 // СПС КонсультантПлюс.

<sup>20</sup> Юсупова И. Интернет-сайт: вопросы правового регулирования // Арсенал предпринимателя. 2010. № 2. С. 70–83.

да доменное имя принадлежит редакции или учредителю СМИ. В таком случае необходимо в качестве ответчика наряду с автором привлечь также владельца сайта (администратора домена). При этом необходимо помнить об основаниях освобождения при диффамации в интернет-СМИ.

В завершение хотелось бы отметить, что краеугольные проблемы при защите деловой репутации от сведений, распространенных в сети Интернет, вызваны прежде всего скупостью законодательного регулирования интернет-сферы, невозможностью применения многих действующих информационных норм в силу природы Интернета, разрозненностью правовых источников, а также противоречивостью судебной практики.

Данные обстоятельства выступают существенной преградой для эффективной защиты субъектов предпринимательской деятельности в реалиях информационного общества.

Первое, что необходимо сделать для решения обозначенных проблем, это изменение политики государства в информационной сфере. Необходима не только декларация того, что телекоммуникационные сети стали неотъемлемой частью современного общества, но и постановка конкретных задач в указанной области. Государство должно осознать, что устранение рассмотренных проблем ему выгодно для скорейшего формирования инновационной и конкурентоспособной экономики. Системная политика государства отразится в том числе и в выверенном, адекватном и современном законодательстве, которое учтет огромные пробелы в правовом регулировании дня сегодняшнего, при этом не ущемляя свободы слова граждан.