

УДК 070.340.114.6
ББК 76.01

А.Г. Капустина

ПРАВОВОЙ СТАТУС ЖУРНАЛИСТОВ И БЛОГЕРОВ В НОВЕЙШЕМ ИНФОРМАЦИОННОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Дан сравнительный анализ установленных российским законодательством прав и обязанностей журналистов и блогеров, автор выявляет принципиальные отличия в правовых статусах этих субъектов информационных отношений, выделяет тенденции развития законодательства Российской Федерации, регулирующего деятельность участников информационных отношений в российском сегменте Интернета. Вступивший в силу 1 августа 2014 г. закон о блогерах, с одной стороны закрепил отличия между журналистикой как профессией и блогосферой как видом общественной деятельности. С другой – на законодательном уровне была решена проблема ответственного отношения блогеров – зачастую влиятельных и популярных источников информации – к транслируемым ими сообщениям. Очевидно, что в Российской Федерации активно формируется система правового регулирования информационных отношений в Интернете, постепенно исчезают существовавшие долгие годы юридические пробелы в данной сфере.

Ключевые слова: закон о блогерах, закон о СМИ, журналисты, Интернет-СМИ, правовой статус журналистов, правовой статус блогеров, анонимность, ответственность, массовая информация, публичная коммуникация.

Капустина Анна Георгиевна – канд. филол. наук, доцент кафедры теории журналистики Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета
Тел.: 8-918-502-75-17
E-mail: anna_kapustina@mail.ru

© Капустина А.Г., 2015.

На протяжении последних пяти лет деятельность субъектов массово-информационных отношений в сегменте Рунета подвергается интенсивному регулированию. Выделим основные предпосылки. Во-первых, в России непрерывно растет количество пользователей Интернета. По данным Фонда «Общественное мнение» «Интернет в России: Зима 2013 – 2014» 59% российской аудитории (68,7 млн чел.) ежемесячно пользуются Интернетом, из них 48% (56,3 млн чел.) – входят в сеть ежедневно [Интернет в России... fom.ru]. Во-вторых, меняется специфика поведения в сети. По данным исследований «Левада-Центра», проведенных в 2014 г., основными целями использования Интернета россиянами являются поиск информации (47%), общение (34%) и вход в социальные сети (32%) [Интернет: возможности использования... www.levada.ru].

Среди пользователей Интернета, предпочитающих общение и обмен разнообразным контентом, растет число тех, кто обновляет информацию на своих страничках, находящихся в открытом доступе, и попадает, таким образом, в категорию блогеров. Глоссарий учебного пособия «Интернет-СМИ: Теория и практика» содержит следующую формулировку понятия *блогер* – автор, ведущий блога. Блог же определяется как регулярно обновляемая web-страница, размещенная на сайте (блогхостинге), материалы (постинги или посты) которой могут содержать тексты, фотографии, видео, расположенные, как правило, в обратном хронологическом порядке.

Блоги, которые часто сравнивают с личными дневниками, отличаются от них публичностью и широкими возможностями комментирования [Интернет-СМИ: Теория и практика... 2010. с. 341].

Исследования, проводимые разными компаниями, отмечают тенденцию роста количества блогов. Так, по данным компании Яндекс в русскоязычной блогосфере 7,4 млн блогов, среди которых 6,9 млн личных дневников и более полумиллиона сообществ. Правда, доля активных блогов составляет всего 12%. А 70% всех русскоязычных блогов и 76% активных блогов расположено на четырех сервисах: LiveJournal.com, Blogs.Mail.ru, Ya.ru и LiveInternet.ru [Блогосфера российского Интернета... download.yandex.ru].

Как отмечают медиа эксперты, в результате появления новых информационных технологий и принципиально иных форм потребления информации монополия традиционных СМИ на распространение массовой информации была разрушена. Именно в Интернете привычные роли производителей и получателей информации подверглись кардинальным переменам, поскольку субъекты информационных отношений в сети являются одновременно и источниками информации, и аудиторией, что вызывает определенные беспокойства относительно будущего журналистики.

Часть экспертов убеждена, что с функциями СМИ уже прекрасно справляются блоги и социальные сети. Более того, в некоторых странах, например, США, Израиле блогеры официально приравнены к журналистам. Близка данная позиция и представителям российской медиаиндустрии. В то же время информация от блогеров не всегда является надежной, достоверной и объективной, более того, блогеры иногда сознательно придумывают истории для привлечения большего количества читателей. Сторонники журналистов и СМИ замечают, что блогеры работают с информацией непрофессионально, субъективно, и в большей степени занимаются интерпретацией и вольными толкованиями событий. «Традиционная журналистика опирается на факт. Интересный факт способен «создать» новость. Блог делает ставку не на факт, а на мнение об этом факте. Фактически это означает, что эхо становится важнее, чем голос человека», – цитирует исследователь А.О. Алексеева мнение американских экспертов [Интернет-СМИ: Теория и практика... 2010. с. 291].

Систематизируя наиболее распространенные точки зрения в медиа сообществе, Георгий Вирен называет положительные и отрицательные аспекты блогов как источников информации. Среди позитивных моментов, он выделяет максимально оперативное предоставление первоначальных данных о событиях, которые еще неизвестны журналистам. Кроме того, «блогеры способны давать «картинку» из мест, куда доступ журналистов затруднен – это, например, места боев в Ливии или Сирии, районы стихийных бедствий.

В ряде стран блогеры стали своего рода «гражданским патрулем», контролирующим работу органов власти. В России это ярко проявляется в видео нарушений ПДД автомобилями с мигалками, работы ГИБДД,

иногда чиновников низшего звена. Подобные сообщения блогеров становятся предметом для журналистского и даже судебного расследования.

Блогеры, как и Интернет в целом, обеспечивают новый уровень свободы слова; в странах с тоталитарными режимами их деятельность имеет особую ценность для продвижения демократических перемен.

В то же время специфика работы блогеров не позволяет им сравниться с профессиональными СМИ:

– Блогеры не могут быть объективны, они не способны гарантировать непредвзятость, неангажированность своей информации.

– Блогеры не могут обеспечивать своим сообщениям ни точности, ни полноты, поскольку для этого нужно использовать недоступные им источники информации.

– В условиях нарастающих в медиа пространстве информационных войн Сеть становится наиболее удобным полем их ведения. Именно через каналы Интернета, в том числе через блогеров можно эффективно распространять необъективные сообщения, дезинформацию», – пишет исследователь. [Георгий Вирен, с. 31 – 32].

Действительно, информационно-коммуникативная активность пользователей Интернета выявила острую проблему безответственного отношения к сказанному и написанному, проявившуюся в разнообразных формах нарушения информационного законодательства: распространения слухов, сплетен, экстремистских материалов, клеветы и порнографии, использования нецензурной лексики, разжигания ненависти и вражды. Часто источником сомнительной информации являются именно блоги и социальные сети, чьи авторы, скрываясь за вымышленными именами, безответственно пользуются анонимностью.

Анонимность, провозглашенная Декларацией о свободе общения в Интернете, принятая в 2003 г. Советом Европы, из ключевого признака свободы слова постепенно превратилась в основной инструмент злоупотреблений этой свободой. В настоящее время анонимность является символом безответственного поведения в сети и угрозой информационной безопасности граждан. Так, проведенный студентами факультета журналистики СПбГУ опрос пользователей социальной сети «В Контакте», показал, что более 70% опрошенных не хотели бы добавлять себя в друзья и делиться информацией с людьми, которые используют вымышленные имена и публикуют вымышленные «профильные» фотографии [Бекуров, с. 35].

Тенденция, направленная на идентификацию пользователей в Интернете для более ответственного поведения последних по отношению к собственным словам, свойственна некоторым европейским государствам. Например, шведская газета «Dagens Nyheter» с ноября 2011 г. ввела процедуру регистрации пользователей с обязательным указанием адресов электронной почты. Похожие правила ввели и другие крупные шведские газеты. Так, читатели еще одной популярной газеты

«Aftonbladet» могут регистрироваться на сайте газеты только со своих аккаунтов в социальных сетях [Сайты шведских газет... www.lenta.ru].

В России интенсивное законодательное регулирование Интернета в сфере распространения массой информации началось в 2011 г. с принятия поправок к Закону РФ «О средствах массовой информации». Новации 2014 г. добавили новых участников информационных отношений в Интернете и конкретизировали их ответственность, как за распространяемую информацию, так и ее добросовестное использование, впервые прописали правовой статус таких субъектов массовой информации в Интернете, как блогеры и организаторы распространения информации в сети. Принятые правила поведения в сети для блогеров вызвали массовое недовольство. Критики отмечали избыточность этих норм, поскольку большинство из них дублируют действующее законодательство.

1 августа 2014 г. закон о блогерах вступил в силу, и по данным Роскомнадзора к концу года в реестре блогеров были зарегистрированы 317 человек, еще 187 ожидали регистрации [Подведены итоги... rkn.gov.ru].

Полагаем, что закон о блогерах нуждается не только в дальнейшем совершенствовании, но и внимательном изучении действующей версии, поскольку помимо объективной критики наблюдались случаи неверного понимания законодательных положений, смешение как самих понятий «журналист», «блогер», так и их правовых статусов. При всех возможных несовершенствах закона и разнообразных подходах за рубежом к правовому статусу субъектов информационных отношений в Интернете, очевидно, что в российском правовом поле складывается собственная система законодательства и практики в сфере публичной коммуникации в сети.

Правовой статус Интернет-СМИ был официально закреплен в 2011 г. в Законе РФ «О средствах массовой информации». В соответствии с законом под сетевым изданием понимается сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации. Сама регистрация по-прежнему является добровольным актом: «сайт в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет” может быть зарегистрирован как сетевое издание в соответствии с законом о СМИ. Сайт в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет”, не зарегистрированный в качестве средства массовой информации, средством массовой информации не является» (ст.8 Закона о СМИ).

В апреле 2014 г. в ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» внесены законодательное определение понятия *блогер* и правила, регулирующие деятельность блогов в рунете. В соответствии с законом под блогером понимается владелец сайта и (или) страницы сайта в сети «Интернет», на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети «Интернет». При этом в законе сказано, что владельцы сайтов в сети «Интернет», которые зарегистри-

рованы в соответствии с Законом Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» в качестве сетевых изданий, не являются блогерами (п. 7 ст. 10.2). Таким образом, в соответствии с новым российским законодательством блоги не являются СМИ, а блогеры – журналистами. Этот ключевой для понимания сути и разницы между правовыми статусами блогеров и журналистов пункт повсеместно игнорировался в публикациях СМИ сезона 2014. Заголовки ведущих Интернет-СМИ длительное время транслировали искаженный смысл закона: «Блогеров силком приравняют к журналистам?» ([http:// nsn.fm](http://nsn.fm)), «Госдума окончательно приравняла популярных блогеров к СМИ» (<http://www.newizv.ru>), «Блогеров приравняли к журналистам и заставили отвечать за слова» ([http:// vm.ru](http://vm.ru)) и т.п.

Анализ прав и обязанностей блогеров и журналистов, предусмотренных законодательством Российской Федерации, позволяет утверждать о принципиальном отличии правовых статусов данных субъектов информационных отношений.

В соответствии с Законом о СМИ журналист должен быть связан с редакцией трудовыми или иными договорными отношениями. Принадлежность к редакции СМИ определяется и обязательным наличием у журналистов редакционного удостоверения. К блогерам аналогичных требований законодательством не предусмотрено.

В вопросах получения информации перечень профессиональных прав и обязанностей журналистов значительно шире. Поскольку журналисты являются неотъемлемой частью коллектива редакции СМИ, которая уполномочена реализовывать право на запрос информации в разнообразные государственные инстанции, закон о СМИ позволяет журналистам посещать государственные организации и быть принятыми должностными лицами, находиться в зонах повышенной опасности.

Государственные органы и организации не обязаны отвечать на запросы блогеров в семидневный срок. Институт аккредитации не распространяется на блогеров. Хотя, госорганы часто приглашают блогеров на общественно-значимые мероприятия. Таким образом, можно утверждать, что в вопросах доступа к информации у журналистов есть ряд профессиональных преференций.

Кроме того, закон о СМИ наделяет журналистов особыми обязательствами по отношению к источникам информации, в чем также проявляется признание ключевых признаков журналистской профессии.

В то же время правила закона о блогерах не противоречат статье 29 Конституции РФ, которая гарантирует каждому свободу мысли и слова, а также право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Свобода выражения мнений предполагает обязанности и ответственность, которые предусмотрены, например, 10-й статьей Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод, статьей 19 Международного пакта о гражданских и политических правах, всеми конституциями демократических государств, в том числе Конституцией РФ.

Ограничения, получившие продолжение в отдельных законах, предусмотрены в статье 29 основного закона Российской Федерации. Так, п. 3 данной статьи запрещает пропаганду или агитацию, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду, а также пропаганду социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства. Очевидно, что такие ограничения должны быть предусмотрены и в законе о блогерах.

Несмотря на критику закона, направленную как на избыточность норм, дублирующих уже существующие юридические правила, так и техническое их несовершенство, обратим внимание на значимость данного закона применительно к сфере распространения массовой информации и публичной коммуникации.

Полагаем, закон о блогерах закрепил отличия между журналистикой как профессией и блогосферой как видом общественной деятельности с учетом все возрастающей социальной значимости блогов как источников информации, что предполагает ответственное отношение их авторов к транслируемым сообщениям. Несмотря на то что в законе предусмотрены созвучные требования в области работы с информацией, например, проверять достоверность размещаемой информации, уважать частную жизнь, честь и достоинство граждан, не разжигать социальную рознь и т.д., законодатели не приравнивали блогеров к журналистам, и правовой статус этих субъектов информационных отношений регулируют два разных закона.

С другой стороны, полагаем, что введение правового статуса блогеров связано не только с обособлением данного института публичной коммуникации от журналистики как сферы профессиональной деятельности, но и с тенденцией выделения субъектов информационных отношений, оказывающих серьезное влияние на формирование общественного мнения, в самостоятельный институт публичной коммуникации и, соответственно, наделение таких субъектов рядом юридических обязанностей и ответственностью. В случае публичной коммуникации к ее участникам должны предъявляться систематизированные в едином юридическом документе требования к исполнению норм права и предполагающие ответственное отношение к транслируемым сообщениям.

Литература

Бекуров Р.В. Этика поведения в социальных сетях // Этика массовых коммуникаций: опыт и научные исследования в России и Германии: материалы международного семинара (3 – 4 октября 2013 г.) / под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 2013.

Блогосфера российского Интернета. Информационный бюллетень компании Яндекс. Весна 2009 [Электронный ресурс] URL: http://download.yandex.ru/company/yandex_on_blogosphere_spring_2009.pdf (дата обращения 12.01.2015).

Георгий Вирен Блогеры заменят репортеров? (К вопросу о взаимоотношениях информационных агентств и блогосферы) // Меди@льманах 2013 № 4.

Интернет-СМИ: Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / под ред. М.М. Лукиной. М., 2010.

Интернет в России. Вып. 44. Зима 2013 – 2014 [Электронный ресурс] URL: <http://fom.ru> (дата обращения 12.01.2015).

Интернет: возможности использования [Электронный ресурс] / URL: // <http://www.levada.ru/20-11-2014/internet-vozmozhnosti-ispolzovaniya> (дата обращения 12.01.2015).

Подведены итоги работы Роскомнадзора в 2014 году [Электронный ресурс] URL: // <http://rkn.gov.ru/news/rsoc/news29403.htm> (дата обращения 12.01.2015).

Сайты шведских газет ввели ограничения на комментарии к статьям [Электронный ресурс] URL: // <http://lenta.ru/news/2011/08/30/swedes> (дата обращения 21.12.2014).

References

Bekurov R.V. Etika povedeniya v sotsial'nykh setyakh // Etika massovykh kommunikatsii: opyt i nauchnye issledovaniya v Rossii i Germanii: materialy mezhdunarodnogo seminara (3-4 oktyabrya 2013 goda) / pod red. S.G. Korkonosenko. SPb., 2013.

Blogosfera rossiiskogo Interneta. Informatsionnyi byulleten' kompanii Yandeks. Vesna 2009 [Elektronnyi resurs] // http://download.yandex.ru/company/yandex_on_blogsphere_spring_2009.pdf (data obrashcheniya 12.01.2015).

Georgii Viren. Blogeryzamenyat reporterov? (K voprosu o vzaimootnosheniyakh informatsionnykh agenstv i blogosfery) // Medi@l'manakh 2013 № 4.

Internet-SMI: Teoriya i praktika: uchebnoe posobie dlya studentov vuzov / Pod red. M.M. Lukinoi. M., 2010.

Internet v Rossii. Vyp. 44. Zima 2013 – 2014 [Elektronnyi resurs] // <http://fom.ru> (data obrashcheniya 12.01.2015).

Internet: vozmozhnosti ispol'zovaniya [Elektronnyi resurs] // <http://www.levada.ru/20-11-2014/internet-vozmozhnosti-ispolzovaniya> (data obrashcheniya 12.01.2015).

Podvedeny itogi raboty Roskomnadzora v 2014 godu [Elektronnyi resurs] // <http://rkn.gov.ru/news/rsoc/news29403.htm> (data obrashcheniya 12.01.2015).

Saity shvedskikh gazet vveli ogranicheniya na kommentarii k stat'yam [Elektronnyi resurs] // <http://lenta.ru/news/2011/08/30/swedes> (data obrashcheniya (data obrashcheniya 21.12.2014).

Kapustina A.G. (Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia)

Law status of journalists and bloggers in the newest information legislation of Russian Federation.

The author carries out a comparative analysis of Russian national rights and responsibilities of journalists and bloggers, distinguishes fundamental differences in the legal status of the subject of information relations, determines the trend of development of the Russian legislation activity regulation of participants of information relations in the Russian segment of the Internet. On August 1, 2014 the Law on bloggers entered into force that, on the one hand fixed the differences between journalism as a profession and

the blogosphere as a kind of social activity. On the other hand, at the legislative level it has solved the problem of the responsible attitude to bloggers - often influential and popular sources of information - to the broadcasting of messages. It is obvious that in Russian Federation it is being actively formed a system of legal regulation of information relations on the Internet, existed for many years legal gaps in this area are gradually disappearing.

Key words: *law bloggers, media law, journalists, online media, legal status of journalists, legal status of bloggers, anonymous, responsibility, media, public communication.*

Kapustina Anna Georgievna – candidate of linguistics, professor assistant of theory of journalism dpt., Southern Federal University, Institute of linguistics, journalism and cross-cultural communication. E-mail: anna_kapustina@mail.ru